

L' preziosa

Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, Aut. CBPA-SUD/NA/226/2009
maggio 2015 € 6,00 Italy only

LEBOLE
GIOIELLI



PARAÍBA
gemmologia

URBAN STYLE
shooting

CHANTECLER
colori e passione



P G
GIOIELLI



www.pggioielli.com

preziose
emozioni
JEWEL COLLECTION
2015



Kioto

meraviglie del mare



BOCCADAMO

MEDITERRANEA

That's Amore

www.boccadamo.com



Pozioni d'Incanto



POLVERE DI STELLE




PrettiTM
BIJOUX

A woman with blonde hair and blue eyes is lying down, looking towards the camera. She is wearing a light-colored, sleeveless dress covered in numerous small, multi-colored sequins and crystals. Her right hand is resting on her neck, and her left hand is resting on her lap. The background is a dense layer of gold sequins, and the surface she is lying on is also covered in gold sequins.

QUANDO SI INCONTRANO GLAMOUR E FANTASIA

www.prettibijoux.it

Seguici su  

Le pozioni d'Incanto di Pretti Bijoux sono protette da Copyright - All Rights Reserved



ispira il tuo stile



mediterraneo

www.mediterraneogioielli.it



Un angelo di Mamma



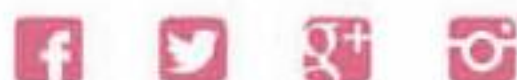
ROBERTO GIANNOTTI

Roberto Giannotti presenta un gioiello dedicato a tutte le mamme del mondo: uno speciale
Chiama Angeli in edizione limitata con un piccolo, prezioso cuore.
Un oggetto indimenticabile da regalare alla propria mamma.

Scopri l'intera iniziativa "Un Angelo di Mamma" ed i punti vendita su:

www.unangelodimamma.com

www.robertogiannotti.com






129.00€



Baby

diamond



GOVONI GIOIELLI

www.govonigioielli.it



Like
you...

Like
you

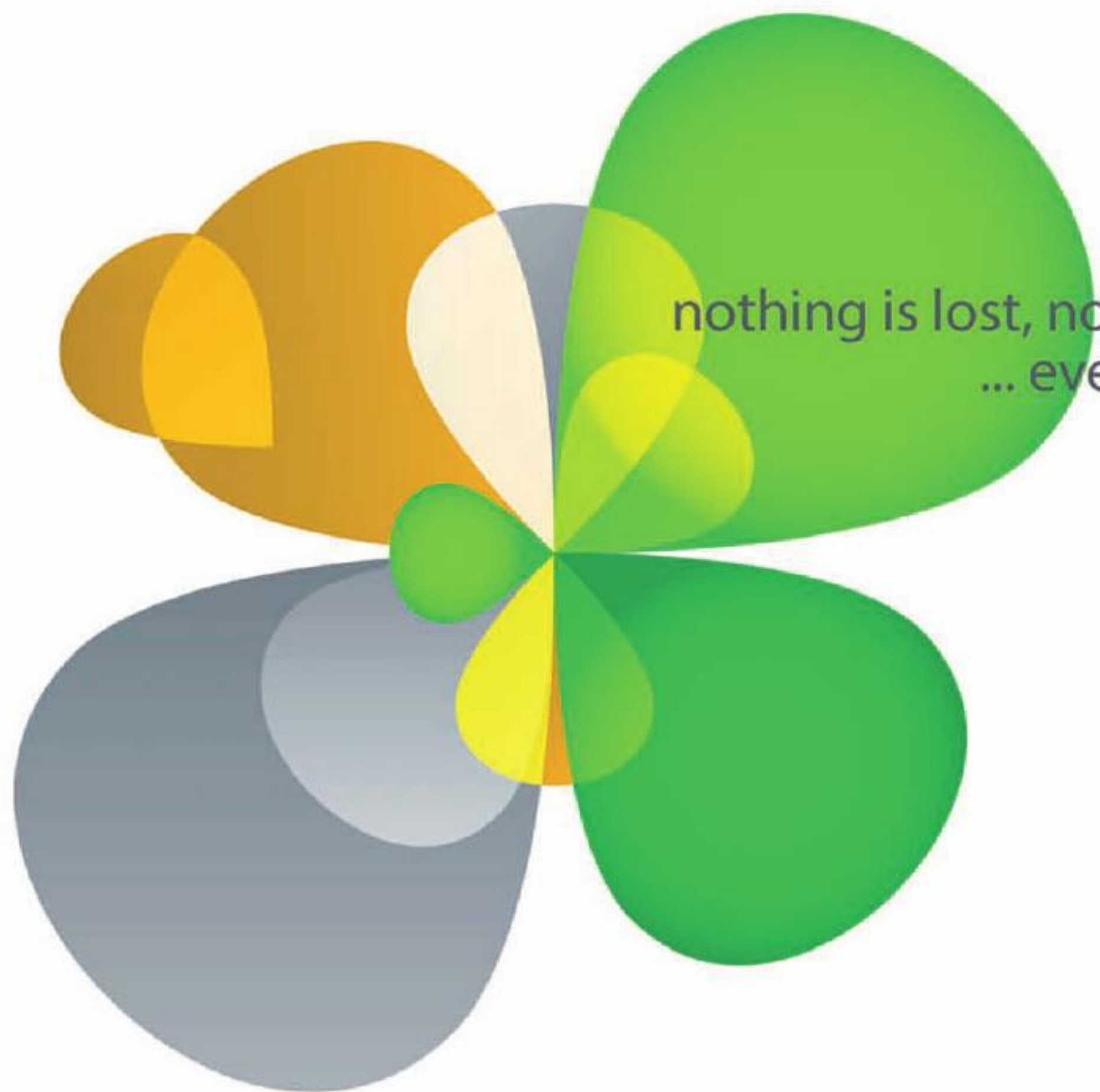
gioie condivise

www.likeyou-jewels.com





...MAMMA!



nothing is lost, nothing is created
... everything is recovered

chimet[®]

REFINING AND FINE CHEMICALS

Recovery and Refining

Chemical Products

Thick Film

Metal Bank

Catalyst

Ecology

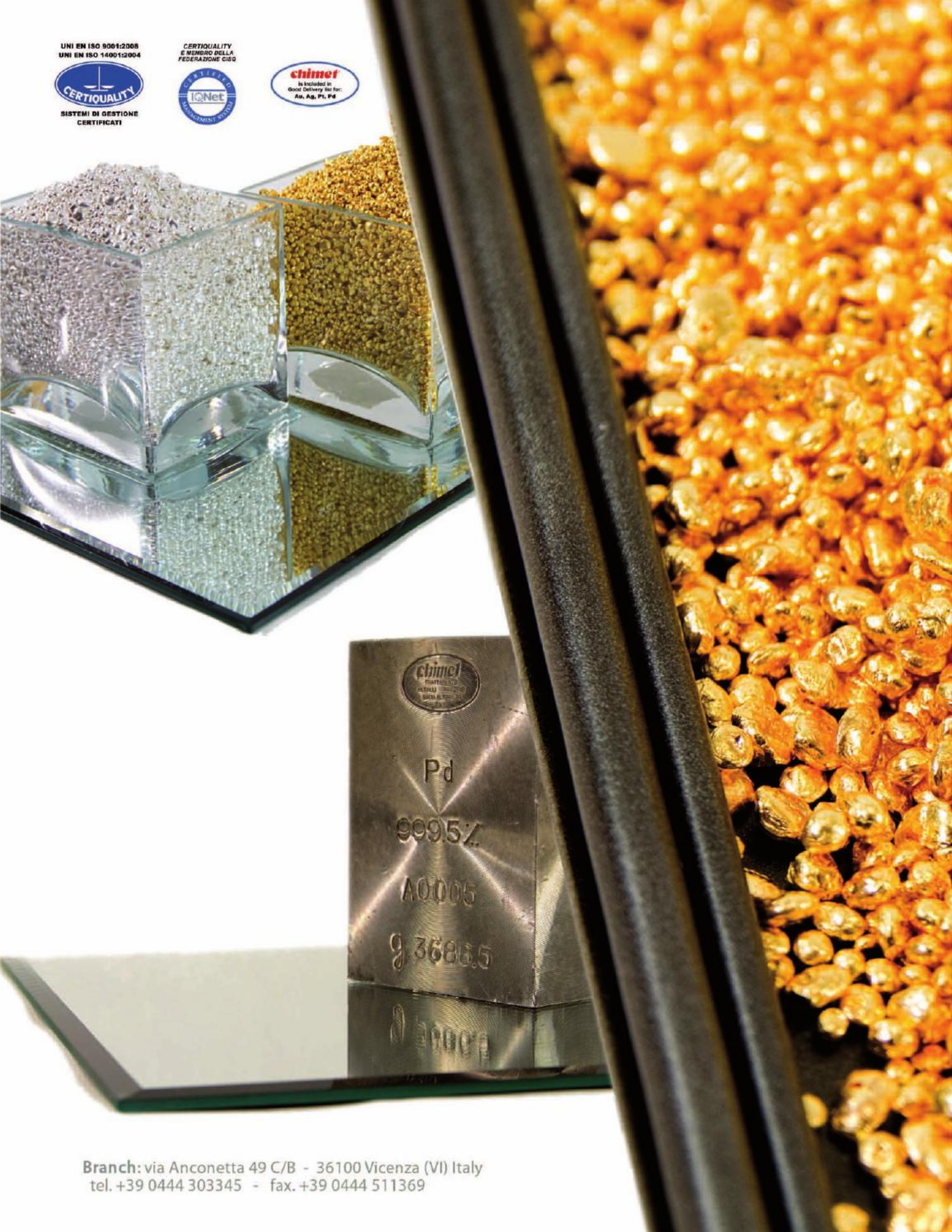
Registered Office, Main Production Plant,
Ecology Division, Recovery & Refining Division:
Via dei Laghi 31/33 - 52041 Badia al Pino (AR) Italy
tel. +39 0575 4151 - fax +39 0575 410214
VAT IT00155440514 - paid-up share capital 7.000.000 €

Thick Film Division, Catalyst Division:
Via di Pesciola 74 - 52041 Viciomaggio (AR) Italy
tel. +39 0575 441565 - fax +39 0575 441424

UNI EN ISO 9001:2008
UNI EN ISO 14001:2004



CERTIQUALITY
È MEMBRO DELLA
FEDERAZIONE CISQ



Branch: via Anconetta 49 C/B - 36100 Vicenza (VI) Italy
tel. +39 0444 303345 - fax. +39 0444 511369

elastichic



LABRIOLA
bijoux

NEW COLLECTION SPRING SUMMER 2015

Bracciale e girocollo di bronzo in filo elastico diamantato placcato oro 24kt. A partire da 48,00 euro

HANDMADE IN ITALY

OXYGÈNE



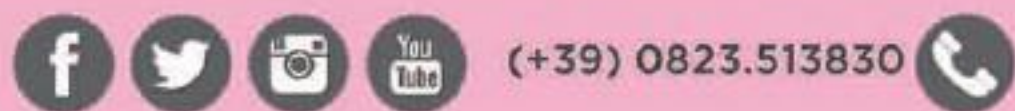
www.oxygene.sm
info@oxygene.sm
numero verde 800 129687

LE CAROSE[®] Sneakers



THE NEW 925 COLLECTION
WWW.LECAROSE.COM





BYSIMON.IT

GIOIELLI IN ARGENTO



fiere/fairs: VICENZA ORO - IL TARI' - OROAREZZO - HOMI MILANO - HONK KONG - LAS VEGAS



COLLEZIONE
Le Principesse



mycharm
LASCIA PARLARE L'ORO

f t p www.mycharm.it

Prod. e distr. da: Medagliafoto srl, Centro orafo il Tarì, Mod 92-93/Marcianise, CE- Italy, +39 0823 513224 /+39 0823 1761526, info@mycharm.it

QUELL'ISTANTE,
QUELL'ATTIMO, QUEL GIORNO
È IL GIORNO IN CUI SIAMO DIVENTATI NOI


VERA



Vera, l'anello in oro e diamanti
che impreziosisce la fede
nuziale con un'iniziale
o con un numero.
Il dono per l'anniversario
di matrimonio, per la nascita
di un figlio o per celebrare
un momento speciale.

Vera, una storia d'amore.



www.veragioielli.com



BY
JENNIFER LOPEZ



Kleo.it

Official License Product by Licensee
Fortune Celebrity srl. Italy



A★MEN



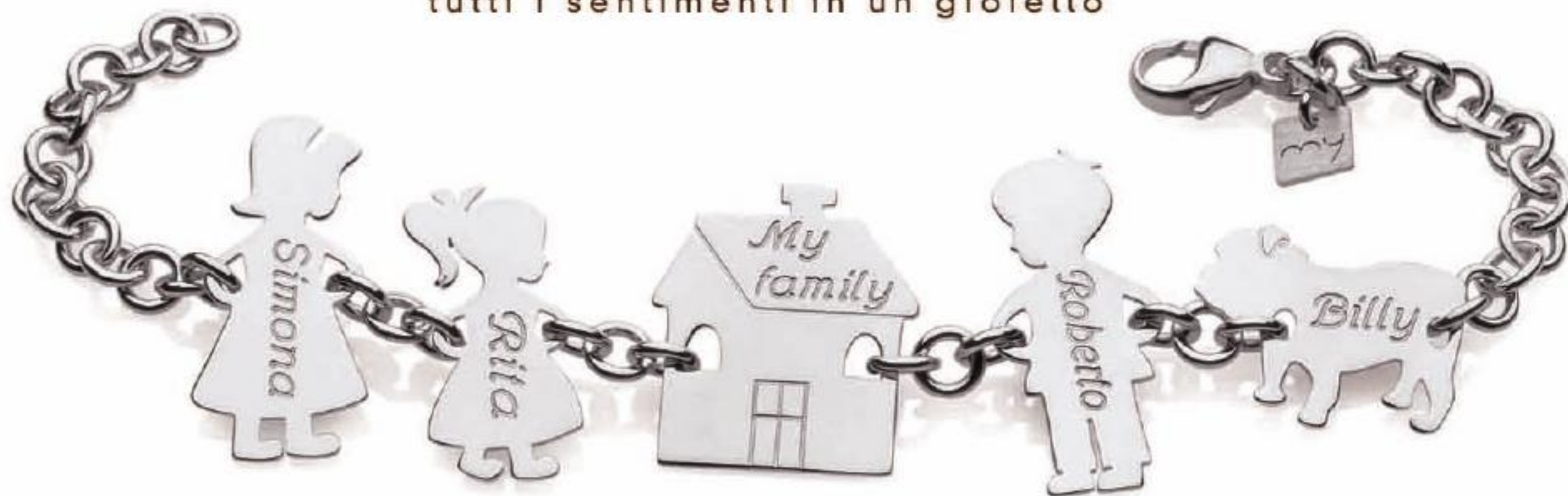
LIVE YOUR FAITH

www.amencollection.com / info +39 0575 1812010



my JEWELS®

tutti i sentimenti in un gioiello



*Se il bene si potesse indossare...
vorrei starti sempre addosso, mamma.*



Editoriale

Il remix, l'ancoraggio e il plagio

Giovanni Micera

Secondo alcuni ricercatori, nel mercato della moda la proprietà intellettuale viene considerata in maniera diversa rispetto ad altri settori. Maggiore è la tutela legata al modello bi-dimensionale, sempre meno è quella legata al prodotto finito.

Sembra un'anomalia, ma ormai da anni le grandi maison danno per scontato la libertà da parte di altri soggetti di interpretare e modificare le proprie produzioni. Questa tecnica è definita "remix" ed è per niente ostacolata in quanto, secondo i professori americani Karl Raustiala e Chris Sprigman dell'università della UCLA Law School, agevola e incoraggia l'innovazione. In pratica: quando i modelli vengono imitati rapidamente, diffondendosi sui mercati, perdono appeal creando domanda per nuove tendenze. Senza questo meccanismo "tortuoso" il sistema della moda sarebbe molto più lento e poco efficace. Questo fenomeno non è solo un pirataggio commerciale ma una vera e propria reinterpretazione di uno stile che genera tendenza. Questa pratica si chiama

"ancoraggio" e il passaggio da un processo a un altro genera il trend - ad esempio abbandonare i pantaloni a zampa di elefante a favore di quelli a sigaretta. Anche nel settore della gioielleria, ma soprattutto in quello del bijoux, stiamo vivendo, negli ultimi tempi fenomeni simili a quelli della moda. Brand che immettono sul mercato nuovi prodotti che vengono immediatamente emulati e reinterpretati da più parti. Esempi potrebbero essere quelli legati al gioiello sacro, la nuova rivisitazione in chiave moderna del cammeo o del gioiello fashion in resina - tutti ci ricordiamo i tanti bracciali a maglia con ciondoli proposti negli anni scorsi. Ora è il momento delle dolly, presentate in primis su Preziosa Magazine da un brand pugliese a diventare in poco tempo fenomeno di tendenza.

La questione, per la quale sarei felice si avviasse un confronto, è sul come applicare anche nel nostro settore il "remix" o "l'ancoraggio" in maniera equa in modo che non diventi solo un plagio o una banale copia.

REMIX, ANCHORAGE OR PLAGIARISM

According to some researchers intellectual property on the fashion market is different from other industries. The more a two-dimensional model is protected, the less it is linked to the final product.

It may seem strange but for years now big labels have taken for granted the fact of interpreting and modifying production. This technique is called 'remixing' and there is no obstacle to it since, according to American professors Karl Raustiala and Chris Sprigman from UCLA Law School, it's a way to encourage innovation. On the practical side when models are rapidly imitated and dumped on the market, they lose appeal that creates a new wave of demand. Without this 'twisted' mechanism the fashion system would be slower and less incisive. But it not only represents true commercial piracy but it is a clear reinterpretation of a style that is generating trends - for example, dropping bell bottoms to pick up on boot cut. Even the jewelry industry but especially the costume jewelry world is going through something similar to the world of fashion. Brands launching new products that are copied and reinterpreted on the spot. An example could be sacred jewelry - we all remember charm bracelets from last year. Now it's the dolly, first announced by Preziosa Magazine for a brand from Apulia who in just a short time became all the rave. The question is - and that I would love to confront - how can you apply a 'remix' or 'anchorage' in a fair way so that it does not become plagiarism or a banal copy?



RICHLINE ITALY

A Berkshire Hathaway Company

Loc. San Zeno, 2/A Arezzo Italy
Tel. +39 0575 959536 sales@richline.it

Sommario

28 **BLOG**
30 **NEWS**
44 **TENDENZE**
52 **VETRINE**

RUBRICHE

48 Giallo
50 Green Inspiration

36 Paraiba. Il thriller di una giovane superstar
38 Contaminazioni Déco / Déco Contamination
40 Novità da Baselworld 2015
42 La fabbrica dell'Oro Matto / *The Making of Crazy Gold*
46 Design: Gioielli Sonanti
58 Chantecler. Colori e Passioni / Color and Passion
60 Stefano Ronzino. Le Carose, gioielli alla moda / *Talks about his Carose*

62 Enzo Miccio. Il dandy dei nostri giorni / *He's a modern day dandy*
124 La Bulla. L'incubatore d'impresa del polo orafa campano, fucina di giovani talenti
126 Tati Design School
128 Fieramilano. Ne parliamo con Cristian Preiata

SHOOTING

84 Urban Style

STILL LIFE

68 Lightness

FIERE

130 Oroarezzo / Tati / Jck Las Vegas / Siciliaoro
132 Tendence
134 Hong Kong Jewellery e Gem Fair
136 Bijorthca

BRAND

64 LEBOLE GIOIELLI
66 FALCINELLI ITALY
78 PRECIOSA
80 MARCELLO MANNA
82 MY SAINT, MY HERO
82 JOELLE BIJOUX
102 ARMONIE BY PROGETTI ORO
102 DI LEO
102 ACANFORA GIOIELLI
104 FANCS V.
104 GOVONI
104 RAJOLA
106 GIANNI PAVE GIOIELLI
106 MEDITERRANEO GIOIELLI
106 LUCEBIANCA
112 DALÙ
112 MYJEWELS
112 STELLA GIULIO
114 KLEO BIJOUX
114 GIANNOTTI DIFFUSIONE
114 RUE DES MILLE
120 BYSIMON
120 MACRÌ
120 SIKÈ JEWELS
122 BERÌ
122 LABRIOLA BIJOUX
122 GUMON

SPECIALE

108 OroArezzo
117 Sabo Roma Jewellery



edito da:
Golden Agency srl
salita del Casale, 3 - 80123 Napoli

direttore responsabile:
Giovanni Micera
direttore@preziosamagazine.com

coordinamento redazionale:
Maria Rosaria Petito
petito@preziosamagazine.com

art director:
Luigi Esposito
grafici@preziosamagazine.com

redazione centrale:
Golden Agency
salita del Casale, 3 - 80123 Napoli
tel. +39 081 19363328 - +39 081 19576090
fax +39 081 19363845
redazione@preziosamagazine.com

redazione di Milano:
Studio EffeErre
via F. Albani, 58 - 20148 Milano
tel. +39 02 33001100 fax +39 02 33001914
editoria@studioefferre.com

segreteria di redazione:
segreteria@preziosamagazine.com

stampa:
Elcograf SpA, Verona

pubblicità e marketing:
Golden Agency srl
salita del Casale, 3 - 80123 Napoli
tel. +39 081 19363328 - +39 081 19576090
fax +39 081 19363845
segreteria@preziosamagazine.com

distribuzione Italia:
Messinter SpA

distribuzione Estero:
AIE - Agenzia Italiana Esportazione

EUROPA: Gran Bretagna, Belgio, Francia, Germania, Grecia, Lituania, Polonia, Svizzera, Spagna, Portogallo, Cipro;
AMERICA: Canada, Stati Uniti, Brasile;
ASIA: Corea del Sud, Giappone, Hong Kong, Singapore, Taiwan;
MEDIORIENTE: Libano, Emirati Arabi Uniti, Turchia

referenze fotografiche: si ringraziano tutti coloro che hanno gentilmente fornito il materiale iconografico. L'Editore è a disposizione degli aventi diritto per eventuali fonti iconografiche non individuate.

hanno collaborato:
Martino Belmonte / Gloria Belloni
Roberto Chilleri / Marta De Filippo
Mario Didone / Chiara Di Martino
Federica Frosini / Luigi Esposito
Annalisa Fontana / Elena Guidobono
Paolo Minieri / Iaria Mito
Maria Rosaria Petito / Vittorio Petito
Lucietta Vinciguerra

traduzioni:
Bonnie Marie Bates

FOLLOW US



COVER:
LEBOLE
www.lebolegioielli.it

preziosa
preziosamagazine.com

Reg. Tribunale di Napoli
n. 77 del 01/10/2008
iscrizione al ROC n. 17658 del 10 ottobre 2008

anno VIII / n. 2
maggio 2015
tiratura 25.000 copie
Spedizione in abbonamento postale

Proprietà letteraria e artistica riservata. È vietata la riproduzione totale o parziale della pubblicazione senza autorizzazione dell'editore. Manoscritti e foto, anche se non pubblicati, non saranno restituiti. Golden Agency si garantisce la massima riservatezza delle informazioni custodite nel suo archivio. Gli indirizzi verranno utilizzati, oltre che per l'invio della rivista, anche per l'invio di proposte commerciali. Ai sensi della legge 675/96 è nel diritto degli interessati richiedere la cessazione dell'invio e/o l'aggiornamento dei dati. Del contenuto degli articoli e degli annunci economici e pubblicitari sono legalmente responsabili i singoli autori.

in collaborazione con
CONFCOMMERCIO
UNIONE DEL LAVORO
FEDERPREZIOSI
FEDERAZIONE ITALIANA DEI GIOIELLIERI

Lo stile di Tamara tra Cartier e Van Cleef



blog
le gioie dell'arte
Luigi Esposito

A Torino mi aggiravo per le sale di Palazzo Chiabrese gettando sguardi annoiati ai ritratti di Tamara de Lempicka. Tutti troppo limpidi e perfetti coi loro brillanti colori dall'effetto metallico, tra le foto in bianco e nero dell'artista e i documenti d'archivio: tutto estremamente ordinato in uno stile didattico piuttosto scolastico e poco coinvolgente. Tra i personaggi agghindati della buona società, volti di dame abbigliate alla moda con

generosi décolleté, taluni impreziositi da fili di perle e creazioni déco analoghe a quelle possedute dall'artista, acclamata star degli anni Trenta. Preziosi firmati da Van Cleef & Arpels, Cartier e Mauboussin nati dallo spirito attento all'eleganza e allo stile raffinato. Nelle fotografie che ritraggono Tamara, infatti, molti di quei gioielli, dal vivo, appaiono in piena luce a completare di aura la sua già fascinosa figura che ammaliò gli uomini di mezza Europa e finanche il vate D'Annunzio.

Quanto vicendevolmente quei preziosi implementarono l'allure di quella donna (e di altre) è noto e documentato dalle foto d'epoca.

Gioielli esclusivi e non solo nella preziosità, ma anche e soprattutto nelle

forme e nella minuzia dei dettagli in grado di definire i valori di un'epoca dove la qualità del prodotto era elemento imprescindibile per produrre bellezza ed eleganza.

TAMARA'S STYLE BETWEEN CARTIER AND VAN CLEEF

I was strolling through the halls in the Chiabrese palace and glancing uninterested at Tamara de Lempicka's work. Too clear and perfect with brilliant, metallic-like colors, black and white photos of the artist and documents from archives: everything so neatly ordered, as if it were a schoolroom, not really involving. Amongst the characters dressed up as high society, faces of damsels bearing high fashion and generous necklines

adorned with strings of pearls and deco pieces similar to those the artist herself owns from her thirties stardom. Pieces labeled Van Cleef & Arpels, Cartier and Mauboussin in a time when the spirit paid attention to elegance and sophistication. The photographs show Tamara wearing those jewels in broad daylight to complete the aura of a fascinating figure so manipulative of half the men in Europe and even the poet D'Annunzio. How much those jewels contributed to her allure (and to others) is noted and documented by these period photos. Exclusive jewelry not only for its preciousness but also and above all for the form and detail depicting an era where quality was an indisputable feature of beauty and elegance.

<http://preziosamagazine.com/category/blog/parole-di-pietra/>

Tanto è tutto trattato. Pietre e luoghi comuni



blog
parole di pietra
Paolo Minieri

Conosco un tipo. Si chiama Luogo Comune, uno di quelli che hanno sempre la risposta per tutto. Uno scandalo per le mazzette? "Tanto sono tutti corrotti!" Cibo che non ha il sapore di una volta? "Tanto è tutto manipolato!" Freddo ad aprile? "Non ci sono più le mezze stagioni!" E le pietre preziose? Luogo Comune, sbrigativo, ha idee nette: "Tanto sono tutte trattate!". Me lo trovo, spavaldo, alle spalle del cliente che cerco di informare sulle proprietà delle pietre con cui tutti noi si sbarca il lunario. Tentiamo con affanno di spiegare che sottoporre un corindone a riscaldamento è pratica comune. Ed ecco allora che il Luogo Comune si inquieta e scuote la testa: "ve lo dicevo, è tutto trattato". Allora lo sfido e

mi avventuro in una distinzione tra fratture riempite con vetro (talvolta vetro riempito con corindone) e risanamento di fessure con parziale ricristallizzazione nel rubino. "Che?" Un errore inoltrarsi in particolari tecnici. Con lui avresti dovuto enunciare e non argomentare, si sa che l'attenzione di Luogo Comune dura massimo un minuto. Ora già ti guarda, sorriso obliquo, occhi vispi, voce risoluta. "Vabbè, ho capito, tanto tutti i rubini sono trattati!". Troppa TV farcita di nozioni banalizzanti, troppe navigazioni pigre, troppi insegnanti sommari per poter accettare le sfumature, cogliere i casi, distinguere, darsi un ordine. Odio il Luogo Comune? No, anche se può deviare ed approfittare della confusione per propri scopi, lui non è di per sé una cattiva persona. Ma per certe cose su di lui le so. 1. È infastidito dal lavoro di quelli che approfondiscono le cose professionalmente. 2. Non si documenta, si conforma. 3. È uno sfiduciato, non crede nel valore se non lo trova già pronto

nel Rapaport. 4. Considera la scienza e la ricerca dei passatempo sofisticati per spillare soldi, si vede come pedina di un gioco malvagio orchestrato da agenti invisibili, non ha voglia che di alibi. "Tutto manipolato vuol dire che va bene tutto, indifferentemente". Oppure: "E alla fine non esistono regole o, se ci fossero, un'autorità capace di farle rispettare". La fiducia dei consumatori verso la tenuta e la credibilità del valore dei gioielli si sta, con i luoghi comuni, sgretolando a fuoco lento. Va bene così: "tanto è la pubblicità che li spinge a comprare, tanto tutto è trattato!".

THEY'RE ALL TREATED. GEMSTONES AND HEARSAY

I know a guy. His name is hearsay, one of those people who always have the right answer. Caught accepting a bribe? 'They're all corrupt anyway!' Food doesn't taste like it used to? 'It's all genetically modified!' Cold weather in April? 'Seasons are history!' What about gemstones? Blunt hearsay. 'They're all treated!' We try to

explain that heating a corundum is common practice. That's when Hearsay shakes his head and says, 'I told you so, and it's all treated'. So I double dare him and adventure into a distinction between fractures fill with glass and repairing fractures with partial re-crystallization in rubies. 'What?' Never get technical. So he's looking at you, sneering, eyes glaring, doggedly, 'ok, I get it, rubies are all treated anyway!'. Too much TV full of trivializing notions, too much lazy surfing on the net, too many hasty teachers not taking a hint. He's not a bad person. But I do know something about him. 1. He really despises those who delve into things professionally. 2. He doesn't read up on things, he adapts. 3. He's diffident. 4. He thinks science and research are sophisticated hobbies to get funding. 'Everything being manipulated means that everything is fine, indifferently.' Consumer trust in the authenticity and value of a jewel is slowly dissolving because of hearsay. That's fine: 'It's commercials driving them to buy, anyway it's all treated!'

<http://preziosamagazine.com/category/blog/tempi-nostri-blog/>

Chiodo fisso



blog
tempi nostri
Annalisa Fontana

Non mi ci sono ancora abituata. Non riesco proprio a passare con indifferenza tra sberlucchi di oro e di diamanti. Alle prime fiere orafe che visitavo impiegavo il doppio del tempo per far il mio lavoro. Tra un'intervista e l'altra, tra un convegno e l'altro - dove l'attenzione si doveva focalizzare sulle problematiche economiche, organizzative, di sviluppo settoriale - trovavo comunque il modo di ritagliarmi il debito spazio, un po' meno professionale, per guardare con "occhi da

donna". Niente di paragonabile a quello che ero abituata a vedere nelle vetrine. E lì è nata una delle mie fissazioni: valicare il muro delle manifestazioni di settore, far conoscere la ricchezza creativa, la fantasiosa capacità artistica dei gioiellieri, far conoscere realmente il valore: cosa significa parlare di gioiello - dal più classico al più bizzarro, dal più artigianale pezzo unico al più tecnologico - e cosa lo distingue dall'ornamento tout court, qualunque sia poi la scelta di acquisto. In poche parole una bella, vera e propria "fiera" per il pubblico, non una semplice mostra. Una volta Firenze ci è arrivata vicina e c'erano tutti i presupposti di fattibilità, ma allora il mercato andava alla grande e perché impegnarsi più di tanto? Al giorno d'oggi vi immaginate che risultati con tutti i

mezzi tecnologici, multimediali, interattivi?

Ma ora molti dei nostri orafi lavorano sotto insegne straniere che pensano globale e che comunicano in modo unicamente autoreferenziale e se all'epoca (d'oro) non è stato possibile, figuriamoci adesso. O forse no?

Un progetto del genere non è in effetti cosa da poco. Ma il gioco varrebbe la candela.

HOBBYHORSE

I'll never get used to it. I just cannot stroll through the sparkle of gold and diamonds with indifference. At the first gold fairs I attended it took me twice the time to get through my work. Between one interview and another, one conference and another, I was able to find a little less professional

'space' to look at things through 'a woman's eyes'. Nothing like what I was used to seeing in display cases. That's where my fixations started: scaling the wall of industry events, making creative wealth known, the jewelers' artistic imagination and ability to really promote value.

In short, a beautiful, true to life 'fair' for the public, not just a show. Can you imagine what kind of turnout there would be today without all the technology, multimedia, interaction?

But nowadays a lot of our goldsmiths work for foreign labels thinking global and communicating solely in a self-referential way and if in the (good ole) days that was not possible, just think about now. Maybe not?

A similar project is not just breadcrumbs. But it would be worth it.

Mattia Mazza
JEWELLERY

concept: www.leslamontani.com



Vicenza Oro - Oro Arezzo - Il Tarì

info: +39.081.881.48.66 (pbx) • info@mattiamazza.it • www.mattiamazza.it



Salvatore Ferragamo

CINQUANTESIMO ANNIVERSARIO DEL GEMELLAGGIO FIRENZE - KYOTO

Salvatore Ferragamo ha scelto Kyoto come sede di un'eccezionale giornata di eventi per il 50esimo anniversario del gemellaggio fra Firenze e l'antica città giapponese. Alla conferenza stampa di presentazione, di fronte al Ninomaru Goten, nel seicentesco castello Nijo-jo, il sindaco di Firenze Dario Nardella, quello di Kyoto Daisaku Kadokawa, l'Ambasciatore italiano a Tokyo Domenico Giorgi, Ferruccio Ferragamo e Michele Norsa. A seguire, la visita in anteprima all'esposizione aperta al pubblico dal 16 al 22 aprile: in mostra, tre delle più conosciute creazioni originali di Salvatore Ferragamo, provenienti dagli archivi fiorentini della Maison insieme ad una significativa collezione di calzature Ferragamo's Creations e la Ferragamo Jewels Miniature Preziose, una collezione di lussuosi pendenti che riproducono in miniatura gli iconici modelli dell'esposizione.

SALVATORE FERRAGAMO CELEBRATES FIFTY-YEAR ANNIVERSARY OF SISTER CITIES FIRENZE - KYOTO

Salvatore Ferragamo chose the antique city of Kyoto for an exciting day of events celebrating the 50th anniversary as sister city to Florence. A preview of the exhibition that opens to the public April 16-22: showcasing three of the most famous original Salvatore Ferragamo creations pulled out of the Florentine archives along with a significant collection of footwear by Ferragamo's Creations and Ferragamo Jewels Precious Miniatures, a luxury collection of pendants that are miniature reproductions of iconic models on display at the event.



Aumenti ingiustificati



Mario Didone

Ultimamente in Orologeria gli aumenti di listino sono piuttosto ricorrenti, e questo è ciò di cui si lamentano clienti e appassionati. Non è così facile, per noi addetti ai lavori in prima linea, dare loro delle giustificazioni e, per di più, essere convincenti. Quest'anno da inizio gennaio ad oggi, causa il tracollo del franco svizzero, tutti i listini, indistintamente, sono lievitati dal 5 al 7 %, e non è finita qui dato che qualcuno ha già annunciato un secondo aumento stimato sul 5 % entro Maggio. Spiegarlo sembrerebbe più facile che in altri momenti, non si parla che del cambio della moneta elvetica, ma in generale la gente si lamenta perché reputa, a prescindere, che i prezzi degli orologi da alcuni anni siano troppo costosi rispetto a ciò che sono.

In effetti alcune marche, spesso nello scegliere il posizionamento per fascia di prezzo, sbagliano, sebbene sappiano che a parità di caratteristiche con altre maison scelgono di essere più care. Un effetto questa politica sui prezzi al rialzo - a conferma della sensazione provata dalla clientela -, lo ha sortito: la decisa crescita del mercato dell'usato, che si è dimostrato un ottimo sostituto per soddisfare l'immutata passione di tanta gente. Del resto si dice da sempre che gli orologi di buona qualità non invecchiano come capita agli esseri umani... ed è quindi facile risparmiare comprando grandi marche perfettamente funzionanti, con garanzia ed in ottimo stato. **Aumentare i prezzi nel nostro paese dove, note scelte politiche che tanto hanno contribuito alla frenata sui consumi, non depone a favore della clientela interna, che è letteralmente fuggita in paesi più benevoli verso gente disposta a spendere e quindi a far girare le economie. Per ora ancora tiene quella straniera agevolata dai benefici fiscali legati al rimborso dell'IVA, ma anche costoro iniziano a fare paragoni con il proprio**

mercato nel quale i listini al contrario... si abbassano. Altro fattore deleterio per la categoria sono gli sconti, oggi più evidenti che in passato. Tutti siamo più benevoli ad applicarli per compensare le mancate vendite dovute a quanto sopraesposto, ma ciò alla lunga non premia, avvantaggia alcuni, danneggia altri, ed in generale non rende lustro ad un lavoro di alto di gamma come si conviene. **Per giustificare in parte gli aumenti posso affermare che per continuare a produrre Orologi di alta qualità, mantenendo standard di eccellenza, i costi ci sono ed è normale e che lievito è fisiologico ma... alle volte su alcuni modelli da anni in produzione, con o senza complicazioni, la cosa non si giustifica un granché. Dunque, come sempre riflettere è l'esercizio migliore, così come ascoltare e anche leggere quanto scriviamo.**

UNJUSTIFIED RISE

Lately, the rising price of watches is frequent, according to unhappy customers and fans. It's not easy for those in our shoes to justify this and convincingly. This year between the

beginning of January and today, due to the plummet of the Swiss franc, all price lists indiscriminately increased by 5 to 7% and it's not over according to some who have already predicted a second increase of around 5% by May.

One effect this policy on price increase has produced is growth in the used marketplace, which is the perfect substitute to meet the passionate needs of many.

In our country, the political choice to raise prices has brought consumption to a halt and it fails to help domestic spending that has gone abroad to countries who treat their consumers a little nicer and get economies moving.

Right now foreigners still benefit from VAT exemption but they are starting to compare bottom line pricing with that of their home markets where prices are decreasing...

A justification for the rise in pricing could be that in order to produce high quality timepieces and maintain high standards, costs are there, they are standard, and their rise is physiological, however... some models that have been on the market for years, with or without complications, just don't make the cut.

UNOAERRE

Le Fedeli

dal 1926



www.unoaerre.it



C'ERA UNA VOLTA
UN DODO
ONCE UPON A TIME A DODO



Otto opere d'arte di altrettanti giovani artisti interpretano lo spirito di Dodo e rendono del tutto particolare l'allestimento creato per la presentazione milanese delle nuove collezioni. La mitica creatura, riprodotta al naturale con le colorate confezioni dei gioielli, si staglia sulla parete decorata con intriganti citazioni e introduce a un allegro percorso che racconta con ironia la filosofia del brand. Alle creazioni Dodo fanno da sfondo una grande farfalla ritagliata in carta azzurra, un paesaggio di Mauritius in playdoh, un prassinoscopia (cartone animato vintage), creature marine umanizzate e realizzate in tessuto imbottito, una composizione digitale "animalier", simboli iconici del brand raccolti in un acquerello, una fata dai capelli arcobaleno punteggiati di stelle. Una scelta perfettamente in linea con il DNA di Dodo e dei suoi gioielli "giovani nel cuore", gioielli che sono stati visti con gli occhi e la sensibilità creativa di Yoko Miura/Giappone, Paulina Slobodzinska/Polonia, Eleanor Macnair e Marcel George/Gran Bretagna, Maurizio Galli/Italia, Liza Rendina/Svizzera, Francisca Pageo/Spagna, Liselotte Watkins/Svezia. (GB)

Eight masterpieces by young artists who interpret the spirit of the Dodo for new collections from Milan. The legendary creature stands out against the background on walls decorated with intriguing sayings that take you on a merry pathway that tells the ironic story of the philosophy of this brand. Creations perfectly in line with the Dodo's DNA and jewelry 'young at heart', seen through the eyes and creative sensitivity of Yoko Miura/Japan, Paulina Slobodzinska/Poland, Eleanor Macnair and Marcel George/Great Britain, Maurizio Galli/Italy, Liza Rendina/Switzerland, Francisca Pageo/Spain, Liselotte Watkins/Sweden.



Van Cleef & Arpels

CELEBRA CON VINTAGE ALHAMBRA LA NUOVA BOUTIQUE MILANESE

di Gloria Belloni

Van Cleef & Arpels si è spostata di pochi passi: dalla boutique di Via Pietro Verri a Milano all'ampio e luminoso flagship store su 350 metri quadrati di via Montenapoleone, in cui sono stati introdotti, pur sempre in linea con lo stile dell'universo della Maison, alcuni innovativi elementi giocati sulle tonalità del beige e dell'oro con eleganti salottini aperti - ma allo stesso tempo riservati - sull'elegante spazio centrale riservato alle vetrine. Salottini dove già in occasione dell'inaugurazione di martedì 24 marzo sedevano molti clienti: signore dagli occhi a mandorla e signore con la hijab, ma anche italianissime giovani coppie. In quella che è attualmente la più grande boutique della maison in Europa, sono state presentate le nuove versioni del celebre gioiello portafortuna, lanciato per la prima volta nel 1968, Magic Alhambra™ 1 motivo con madreperla, onice, corniola, diamanti. Le quattro nuove interpretazioni dell'emblematico motivo, simbolo di buona sorte, sfoggiano tonalità radiose che, in uno spirito da collezione, si uniscono idealmente ai modelli in legno amoretto e in malachite.

Per celebrare l'avvenimento è stata appositamente creata la parure di collana e bracciale Vintage Alhambra in malachite, oro giallo e diamanti. Fin dalla sua "nascita", la collezione Alhambra si presta a incantevoli variazioni di pietre e colori e dal 1973 si adorna di malachite, la verde pietra dura di rara bellezza proveniente dall'Australia, intarsiata di venature chiare e scure.

Non potevano naturalmente mancare per completare il quadro i gioielli storici della Private Collection.



Van Cleef & Arpels celebrate with Vintage Alhambra. The new boutique in Milan

Van Cleef & Arpels has moved just a few steps: from their boutique on Via Pietro Verri in Milan to an ample and bright flagship store measuring 350 square meters on via Montenapoleone.

The firm's largest boutique in Europe inaugurated March 24th where new versions of their infamous good luck charms first launched in 1968 have been re-launched, Magic Alhambra™ 1 motivo, with mother-of-pearl, onyx, carnelian and diamonds. Four new interpretations of the emblematic motif boasting radiant hues that combine ideally with pieces in serpent wood and in malachite.

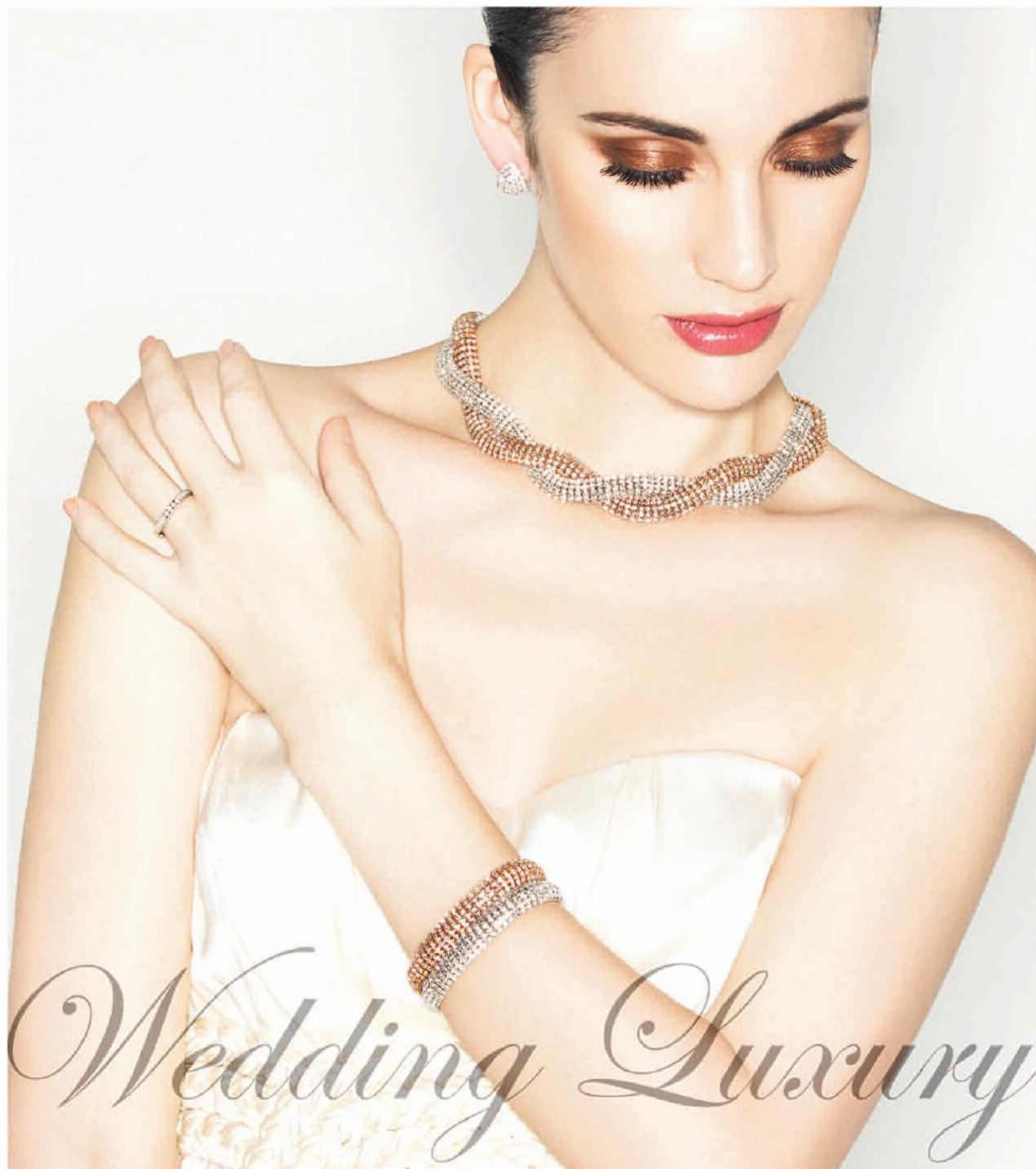
To celebrate the event, a set has been created with necklace and Vintage Alhambra bracelet in malachite, yellow gold and diamonds.

PER L'OCCASIONE È
STATA CREATA LA
PARURE DI COLLANA
E BRACCIALE
VINTAGE IN
MALACHITE, ORO
GIALLO E DIAMANTI



UNOAERRE

l'immagine è di tipo II



bracciale 69,00 €

1AR
by UNOAERRE
www.unoaerre.it

ROOSENGAARDE: "LA NOTTE DORMI?" "NO, SOGNO" E DALL'ARIA INQUINATA NASCONO GIOIELLI

Interessante come i gioielli continuino a farsi simbolo di qualcosa di vitale per l'uomo nei modi più impensati e visionari: ricordate i diamanti nati dalle ceneri del caro estinto? Ora è il sogno di un mondo più pulito che dà letteralmente vita a gioielli in cui arte, tecnologia e poesia si incontrano.

Ne è un esempio il progetto di Dan Roosegaarde, l'artista olandese considerato grande innovatore, che ha di recente goduto di attenzione mediatica grazie alla sua pista ciclabile notturna "Van Gogh Path" completamente lastricata da piste illuminate. Tra le idee di futuro il techno-designer mette ai primi posti il concetto di 'condivisione'. E, sì, qualunque oggetto ideato da un designer potrà essere frutto di questo pensiero, gioielli compresi.

A colpire sono le radici estese del suo progetto "Smog Ring" (già raccontato da Maria Rosaria Petito in Preziosa Magazine, n.3/2014), il prodotto finale di un lavoro più ampio basato sull'idea che il design debba influenzare al meglio la vita della gente, un lavoro che Roosegaarde ha presentato a Milano in un incontro organizzato da Meet The Media Guru, scegliendo la Design Week come momento di lancio dei suoi progetti più significativi.

In un parco di Pechino, tra le città più inquinate al mondo, verrà installata una struttura che grazie ad un sofisticato macchinario basato su tecnologia a ioni aspira lo smog nell'area creando un vero e proprio 'buco di aria limpida', uno squarcio nella cortina grigia di smog, attraverso il quale è possibile vedere il cielo e il sole brillare tra le nubi.

Conclusa questa operazione si depositano nella macchina grandi quantità di polveri, in pratica micro-particelle di carbone. Cosa farne se non qualcosa di prezioso? In un futuro ideale, non esistono rifiuti, tutto si ricicla. Ecco allora che il precipitato viene pressato e modellato dando vita a gio-



ielli in serie limitata (per evitare che nell'inquinare il pianeta ci si prenda ancora più gusto...) che saranno messi sul mercato in Cina nel 2016. E parlando di creazioni che avranno una storia da raccontare, questa non sembra male. "Stiamo dando vita al parco più pulito della città - dice Roosegaarde - e invitiamo le persone a sperimentare di persona quella che potrebbe essere la loro realtà futura. Il parco smog free produce polveri sufficienti a realizzare 3.700 smog ring al giorno. Una sorta di incentivo di massa per convincere la gente di quanto sia importante raggiungere il nostro obiettivo". (GB)

02
SMOG
RING

"SHARING A NEW WORLD"



1 Smog Ring

Smog Ring is made of the collected smog particles of the Smog Free Park.



1000m³ clean air

With each Smog Ring you donate 1000m³ of clean air to the city.

JEWELRY COMES FROM SMOG

A new project by Dutch artist Dan Roosegaarde amongst ideas for the future putting the concept of 'sharing' first. And yes, any of the pieces created by a designer may be the product of this concept, jewelry included. The new 'Smog Ring' project is extensive and Roosegaarde presented it in Milan during a Meet the Media Guru session, using Design Week as the launch pad for his most impressive projects. In a park in Beijing, one of the most polluted cities in the world, an installation will be set up using sophisticated ion technology machinery to vacuum smog in the immediate area and create a true 'clean air hole', a gap in the gray layer of pollution where blue skies and shining sun will be seen through the clouds. The debris deposited in the machine made up of dust particles is then 'recycled' and becomes jewelry in a limited edition series that will be on the Chinese market in 2016.



Tiffany & Co.

A MILANO LA NEW YORK MINUTE LA NUOVA COLLEZIONE DI OROLOGI



Da New York a Milano: il capoluogo lombardo protagonista dell'evento organizzato da Tiffany & Co. per il lancio italiano di "New York Minute", la nuova collezione di orologi del marchio. Nell'atmosfera post-industriale de Le Officine del Volo una messa in scena espositiva tra immagini della Grande Mela e dinner stellato con Carlo Cracco. Presenti Florence Rollet, Group Vice President Europe Tiffany & Co., Raffaella Banchemo, amministratore delegato Tiffany & Co. Italia e Spagna, Nicola Andreatta, vice presidente e general manager Tiffany & Co. Swiss Watches Sgl. Tra gli ospiti il fotografo Giovanni Gastel, Antonius Fuerstenberg con Matilde Borromeo, Pietro Ruffini, Nicolò Oddi, Guido Taroni, Scilla Ruffo di Calabria, Micol Sabbadini, Francesca Versace, Virginia Galateri di Genola e Valentina Scambia. In chiusura, dj set di Cassidy.

TIFFANY & CO: NEW YORK MINUTE, THE NEW WATCH COLLECTION

In Milan, Tiffany & Co. presents "New York Minute", a new collection of watches. In the post-industrial atmosphere at Le Officine del Volo, on stage at the exhibition between images of the Big Apple and a starred dinner with Carlo Cracco. Attending are Florence Rollet, Group Vice President Europe Tiffany & Co., Raffaella Banchemo, CEO of Tiffany & Co. Italy and Spain, and Nicola Andreatta, Vice President, General Manager Tiffany & Co. Swiss Watches Sgl).



Carlo Cracco e Giovanni Gastel



Raffaella Banchemo, Florence Rollet, Nicola Andreatta



ANTONINO DE SIMONE
1830 - IMPRESA STORICA



LINEA REGALI PREZIOSI

UNA GRANDE EMOZIONE CON IL CORALLO DI ANTONINO DE SIMONE



Paraíba

IL THRILLER DI UNA GIOVANE SUPERSTAR

È IN BRASILE NELLO STATO DI PARAÍBA UNA
VARIETÀ RARISSIMA DI TORMALINA DI UN
COLORE CHE SPAZIA TRA SFUMATURE INEDITE
DI VERDE E DI AZZURRO NEON
DELIZIOSAMENTE SFUMATI

di Paolo Minieri e Francesco Sequino

Piaget. Orecchini in oro bianco 18K con 30 tormaline Paraiba taglio ovale, 2 tormaline Paraiba a goccia e 30 diamanti taglio brillante



Nuove attrici: la Tanzanite sponsorizzata da Tiffany aveva sfondato vent'anni prima e lo show business aveva sete di nuovi successi. Vecchi attori: i Big Three ovvero, rubini, zaffiri e smeraldi splendidi ma per un copione ormai classico. Scena: otto anni di ricerca e un gruppo di geologi brasiliani, verso la fine degli anni 80, finalmente rinviene **nello stato di Paraíba una varietà rarissima di tormalina di un colore che spazia tra sfumature inedite di verde e di azzurro neon deliziosamente sfumati** e qui riprodotti secondo il metodo GIA semplificato di Gemval. La gioielleria ha trovato nuovi pantoni preziosi.

Una gemma destinata al successo che, come la Tanzanite, ha una sola origine? Sì, è tanto rara che al mercato va benissimo denominarla col nome dello stato brasiliano di reperimento. In prima linea ci sono le grandi firme della gioielleria, nessun brand può lasciare la diva del momento fuori dalle proprie collezioni. La nuova nuance non ci mette molto a sfondare al botteghino, negli anni novanta le quotazioni decollano inarrestabili, fino agli odierni 20000 US\$ per carato per gemme cristalline di una tinta verde azzurrata di media grandezza. Il colpo di scena del 2001 è uno schiaffo di Pangea alla presunzione speculatrice. Un'imprevista ondata di queste luminose tormaline viene estratta a partire da quell'anno nel Mozambico e poi dal 2005 dalla montagna ricche di rame della Nigeria, rilievi che prima della deriva dei continenti erano adiacenti (Pangea) a quelli brasiliani. La disponibilità di questi nuovi e spesso insperatamente cristallini rinvenimenti africani produce una **contrazione dei prezzi**, mentre in Brasile in cinque anni si esauriva il primo fronte estrattivo. Le controfigure, lo sappiamo, non sono star. Declino del

nuovo astro prezioso? Niente affatto, i principali istituti gemmologici si rimboccano le maniche ed in rapida sequenza (GIA, SSEF, Gubelin) annunciano di aver messo a punto tecniche utili alla determinazione dell'origine brasiliana, ritenuta la qualità più preziosa. Per la verità le indagini spettrometriche messe a punto non sempre riescono con assoluta certezza ad appurare l'area di provenienza delle Paraíba, ma quando pure i documenti gemmo-

120 milioni di dollari di danni, ma chi? AGTA (American Gem Trade Association) e GIA, rei di aver utilizzato il termine Paraíba anche per le gemme tormaline africane, una pratica ingannevole a suo avviso poiché Paraíba dovrebbe designare esclusivamente quella gemma di quello stato brasiliano. Inevitabilmente la parola passa agli specialisti. Ci sono aspetti mineralogici tali da individuare specie diverse? No, questa gemma (brasiliana o africana) è una va-

sivo aumento consente talvolta di eliminare tonalità rossastre indesiderate modificando lo stato di ossidazione del manganese (da Mn³⁺ a Mn²⁺). Insomma l'azione di risarcimento non trova fondamento scientifico e in breve l'accusa fa retromarcia facendo cadere tutte le pretese. L'MHC (Sheet #10, 2010) ratifica che di fatto la varietà Paraíba designa l'intera serie di elbaiti, quale che sia l'origine geografica, recanti precisi dosaggi di colori blu e verdi (si veda la riproduzione qui in alto) con tono e saturazione da lieve-media ad alta. La disputa terminologica ha comunque segnato la storia della gemmologia. Nel report l'indicazione della provenienza resta facoltativa. Lieto fine? Per i nostri occhi, meno per le nostre tasche. Quota infatti 125 milioni di US\$ la più grande Paraíba da collezione (90cts) e circa 10 milioni una di 59,10 che una star di Hollywood ha anonimamente di recente messo sul mercato.

115. Verde medio fortemente azzurrato da medio a molto forte	104. Verde da medio a molto forte azzurrato lievemente	103. Verde lieve azzurrato	94. Verde medio lieve molto lievemente azzurrato	139. Blu molto lieve lievemente verdastro	176. Violetto medio lieve

logici le classificano di origine brasiliana il loro valore ormai stenta a consolidarsi. Il film sembra impantanarsi in una trama banale, con una star duplicata da una stella minore e meno costosa, per meno nobili natali. Il pubblico non capisce: **questa infatti è una ben curiosa discriminazione, le meravigliose gemme africane a volte non hanno nulla da invidiare a quelle sudamericane, se non il passaporto.** Ed allora entrano in scena gli avvocati, si scivola nel trial movie. David Sherman, commerciante e collezionista di gemme, convinto dall'esiguità delle riserve sudamericane, aveva investito una fortuna in Paraíba del Brasile. Ed allora attacca per

rietà di elbaiti, specie contenente rame della famiglia delle tormaline. In quanto idiocromatiche le tormaline elbaiti Paraíba devono la loro attraente colorazione agli oligoelementi, che sono il rame e il manganese. Concentrazioni maggiori di rame danno come risultato un blu luminoso, mentre il manganese contribuisce a sfumature di viola e rosso. Solo un taglio consapevole del forte pleocroismo ne esalta le specifiche proprietà ottiche e il colore, avendo cura di orientare in modo esatto la tavola rispetto all'asse ottico per restituire la sfumatura migliore. Il riscaldamento del grezzo a temperatura controllata (dai 300-350°C ai 550°C) in lento e progres-

in quanto idiocromatiche le tormaline elbaiti Paraíba devono la loro colorazione agli oligoelementi, che sono il rame e il manganese

contaminazioni Déco

Forme slanciate, geometriche, pulite
I plateaux si animano di uno spirito vintage

di Federica Frosini



Parallelismi, suggestioni, nostalgie visioni o, più semplicemente, voglia di rileggere quel concetto 'décoratif' che negli anni Trenta trasformò il modo di vestirsi e di accessorizzarsi? Erano proprio gli anni Trenta quando, in una sua nota, il designer francese Paul Iribe evidenziò l'esigenza di 'sacrificare il fiore sull'altare del cubismo in nome del progresso meccanico'. La rivoluzione estetica e l'imponente fenomeno del gusto, che vibrava già da qualche anno, esplode proprio in quel periodo. Un dopoguerra decorativo che trova nell'Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes del 1925 a Parigi la sua consacrazione ufficiale. Finiti i tempi dei vezzi e delle leziosità, è proprio a Parigi che trionfa un nuovo concetto di raffinatezza dominato dalla linearità delle forme, dalle geometrie ben definite, dalla severità quasi neoclassica. Le influenze arrivano da più fronti. C'è l'arte primitiva africana, ed egiziana in particolare, che riporta in auge i decori geroglifici, gli intarsi con la turchese, i disegni di ispirazione faraonica; ci sono cubismo e futurismo che esaltano sfaccettature e scomposizioni geometriche; il Fauvismo che fa esplodere le cromatiche. Ma soprattutto c'è una femminilità rinnovata, che rivisita il concetto di appeal con nuovi codici estetici che vogliono la donna atletica, longilinea, agile. Un fermento artistico che avvolge

inevitabilmente anche il mondo del gioiello, perché è proprio qui che si riflette in piccolo questa epica evoluzione del gusto. Un'evoluzione che ritroviamo oggi con il piacere e la capacità di interpretare una tendenza che ha segnato un'epoca. Piace molto il nuovo modo di indossare un paio di orecchini in onice marmorizzata, di scegliere un bracciale con intarsi in giada o una collana che ricalca la forma di uno skyscraper. Gli interpreti di questa rinnovata contaminazione Déco non sono ghettonizzati nell'universo di Fine Jewellery, ma spaziano da forme di design jewels ad altrettanti modelli più inclini a un mood fashion. Con una conferma senza tempo della Maison Cartier che, con la collezione 'Paris Nouvelle Vague' (1), suggella l'eterno amore per la Ville Lumière con uno stile grafico, minimalista fatto di cerchi rigidi, sfumature cromatiche e nastri in quarzo fumé, ematiti, ametiste e diamanti, si arriva a nuove elaborazioni creative in cui si esasperano le geometrie con un mix di ottone, smalti, resine e un vincente effetto marmorizzato nelle collezioni di Egotique (2) e di Eshvi (3). E se Lama Hourani (4) predilige la malachite in questa sapiente rilettura Déco, è il designer greco Nikos Koulis (5) il quale, con la collezione 'Universe Line', ricrea l'equilibrio perfetto per far rivivere l'armonia stilizzata anni '30, tra oro rodato nero, diamanti, smeraldi, ematite e lapislazzuli.

DÉCO CONTAMINATION. SLEEK, CLEAN, GEOMETRIC FORMS. PLATEAUS COME ALIVE IN VINTAGE SPIRIT. Parallels, suggestions, nostalgic visions, or simply the desire to revisit that concept of 'décoratif' that transformed our way of dressing and accessorizing in the Thirties? The aesthetic revolution and the powerful phenomenon of taste were in the making for some time and they exploded. A decorative post-war world officially consecrated at the International Exhibition of Modern Decorative and Industrial Art in 1925 in Paris. It marked the end of habits and sentimentalism and Paris triumphed in this new concept of sophistication dominated by linear forms, defined geometries, and almost neo-classical rigor. The influence was multi-faceted and involved the entire world of jewelry because it was at this time and moment that the epic evolution of taste was in dispute. An evolution rediscovered today with pleasure and with interpretive ability that has defined an era. Déco contamination is reconfirmed in the timelessness of Maison Cartier in their 'Paris Nouvelle Vague' collection that seals eternal love for Ville Lumière all the way to new creative processes exacerbated by geometries. And if Lama Hourani prefers malachite for this second reading of Déco, Greek designer Nikos Koulis recreates perfect balance in the 'Universe Line' giving back that harmony of the 30s between rhodium-plated gold, diamonds, emeralds, and lapis lazuli.

RITRATTO PER UN CAMEO



CAMEO
ITALIANO

diluca

cameoitaliano.it

info +39 0823 835200 / Arezzo Pad. Petrarca, stand 806



alcune novità presentate a
BASELWORLD
 2015

1. ZENITH
 ACADEMY CHRISTOPHE
 COLOMB HURRICANE
 GRAND VOYAGE II
 oro rosa 18 carati, cassa: 45 mm,
 elementi in oro realizzati a mano
 e fissati al movimento:
 microincisione, micropittura e
 cloisonné per Champlevé inciso

2. HAMILTON
 VENTURA ELVIS80
 Cassa in acciaio 42,5x44,6,
 movimento automatico,
 rivestimento in pvd nero,
 bracciale in pelle o gomma

3. BREGUET
 TRADITION
 AUTOMATIQUE SECONDE
 RETROGRADE 7097
 Movimento meccanico
 automatico, cassa in oro bianco o
 rosa da 40 mm, cinturino in pelle

4. FERRAGAMO
 TIMEPIECES
 FERRAGAMO F-80 SPORT
 Cassa 44 mm, guilloché sul
 quadrante in tonalità black, silver,
 blue o dark brown, lunetta fissata
 con sei viti decorative

5. CHOPARD
 MILLE MIGLIA GTS POWER
 CONTROL
 Cassa in acciaio da 43 mm,
 movimento automatico Chopard
 01.089-C, quadrante nero
 vellutato opaco con indicazioni in
 bianco e rosso, cinturino in
 caucciù

6. OMEGA
 LIMITED EDITION
 SEAMASTER AQUA TERRA
 150M
 Cassa in acciaio 41,5 mm;
 movimento OMEGA Master
 Co-Axial calibre 8507, bracciale
 in acciaio

7. GUCCI
 DIAMANTISSIMA WATCH
 Nei colori acciaio e bianco (32,
 27 e 22 mm) o PVD oro rosa e
 nero, cassa in acciaio o nei colori
 contrastanti nero e PVD oro rosa
 con motivo diamante

8. EBERHARD
 GILDA PRECIOUS WHITE
 Cassa in acciaio, quadrante in
 madreperla, corona e
 lunetta tempestata di
 diamanti per un
 totale di 145 pietre

9. ROLEX
 OYSTER
 PERPETUAL
 DAY-DATE 40
 movimento
 meccanico (calibro
 3255), cassa 40 mm,
 platino 950 e in oro giallo,
 bianco o Everose 18 ct.

10. TAG HEUER
 CARRERA CALIBRE 18
 CHRONOGRAPH
 Movimento meccanico
 automatico TAG Heuer calibre
 18, cassa acciaio lucidato 39 mm,
 cinturino in pelle nera traforata

11. RADO
 HYPERCHROME
 AUTOMATIC
 CHRONOGRAPH
 TACHYMETER
 Cassa in Ceramica hi-tech,
 lunetta con scala tachimetrica,
 elementi in oro rosa





armonie[®]
gioielli

collezione
le fedì

www.armoniegioielli.it
customer care 800 427 110

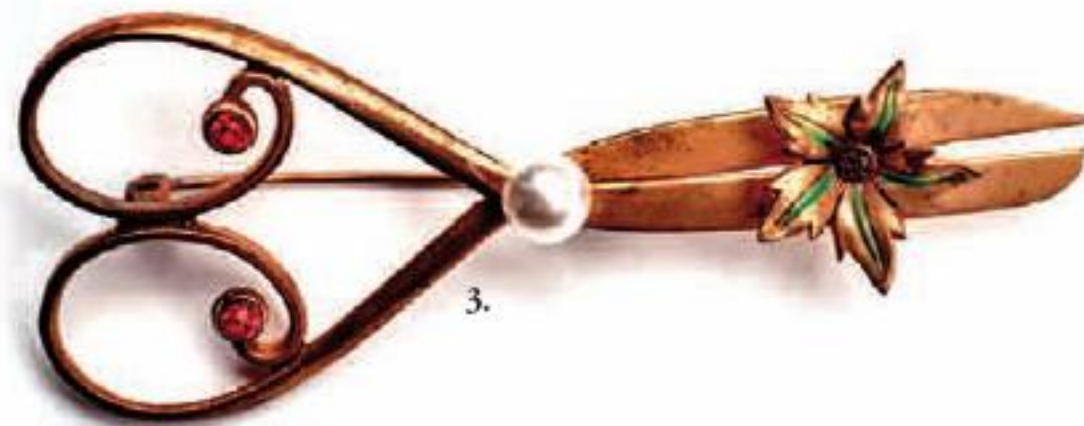




1.



2.



3.



6.

La fabbrica dell'Oro Matto

ALL'ALBA DELLA MODERNA BIGIOTTERIA ITALIANA

di Bianca Cappello photo Luigi Briselli

THE MAKING OF CRAZY GOLD THE DAWNING OF MODERN ITALIAN COSTUME JEWELRY

The production of costume jewelry in Casalmaggiore began at the beginning of the first phase of Italian industrialization and the dawning of national unity. During the last two decades of the 1800s, travelling salesman Giulio Galluzzi who sold bijoux coming from Germany, started to make gold-plated ornaments. This is where it all began. Plating techniques from Casalmaggiore consist in a layer of 12 or 18 kt gold which compared to galvanized, is richer and longer lasting.

From the beginning, production was a great success and in 1906 a group of workers founded the Federal Goldsmiths' Society in Casalmaggiore, obtaining recognition at the Turin Industrial Expo in 1911. The onset of WWI brought Casalmaggiore exports to France, Spain, Greece, Romania, Russia and beyond the continent to Tunisia, Brazil, and Chile. The demand for costume jewelry from Casalmaggiore was so high that in 1920 Giuseppe Maffei founded the Gold Plate company in the same town and employed 90 active workers.

The 20s and 30s were times of splendor, featuring gold medals from the Tripoli National Expo in 1927 and from the Bolzano Expo of 1929 as well as participation in the Turin Decorative Art Show in 1934. During WWII, the FIR starts to diversify production to make eyeglasses and subsequently radios and the first televisions on a license from Emerson but in 1965 costume jewelry production which had passed into American hands, came to a complete stand still and machinery was converted to electric engine production. Luckily, a large part of this heritage and donated materials are preserved at the Costume Jewelry Museum of Casalmaggiore where visitors stroll through the History of Costume Jewelry from the end of the 19th century to the end of the 20th.

Fonti

Il Museo del Bijoux di Casalmaggiore, dall'Idea al Progetto, Cremona 1989
Roberto Brunelli, *Il Sacro Indosso, I segni di Devozione nei Bijoux di Casalmaggiore*, catalogo della mostra 1 dicembre 2001 - 6 gennaio 2002, Museo del Bijoux, Casalmaggiore
Rita Brunetti, Annamaria Galbani, Edoardo Rovida, *La Fabbrica dell'Oro Matto, Macchinari e Lavorazioni dell'Antica Industria di Casalmaggiore*, catalogo della mostra 12 aprile - 29 giugno 2003, Museo del Bijoux, Casalmaggiore

La bigiotteria italiana da decenni arricchisce le pagine delle più importanti riviste di moda e, per capire bene questo fenomeno, è necessario conoscere Casalmaggiore, il primo distretto industriale di bigiotteria in Italia e tra i più importanti a livello mondiale.

La produzione bigiotteria casalasca nasce nella prima fase dell'industrializzazione italiana all'alba dell'unità nazionale.

Nell'ultimo ventennio dell'Ottocento, Giulio Galluzzi rivenditore ambulante di bijoux provenienti dalla Germania, con la crescente richiesta del mercato, si dedica alla produzione di ornamenti in placcato oro. Il placcato oro, una sottile lastra metallica rivestita da una ancor più sottile lamina d'oro, è un'assoluta novità e, per la prima volta, viene realizzata dal Galluzzi nel 1882, utilizzando una morsa da fabbro e un martello come laminatoio. Da questo prototipo partirà la produzione in serie grazie allo sfruttamento del torchio idraulico che differenzierà la produzione italiana da quella tedesca, legata ai processi chimici e galvanici per la doratura dei metalli. La laminatura di Casalmaggiore consiste in uno strato di oro a 12 o 18kt e, rispetto alla galvanica, è più ricca e duratura anche se, essendo una lamina, può solamente essere lavorata da lastra e non può essere applicata ai prodotti pre-formati. I macchinari industriali per la produzione seriale della bigiotteria e dei suoi componenti inizialmente vengono importati da Pforzheim ma già dal primo dopo Guerra sono reperiti in Italia da nuove aziende specializzate di Milano e Genova.

Fin dagli esordi, la produzione ottiene un grande successo tanto che nel 1906 un gruppo di operai si distacca fondando, sempre a Casalmaggiore, la Società Federale Orefici ottenendo riconoscimenti già in occasione dell'Esposizione Industriale di Torino del 1911.

Con la Prima Guerra Mondiale, il distretto casalasco intensifica l'esportazione verso Francia, Spagna, Grecia, Romania, Russia e supera il

continente verso Tunisia, Brasile e Cile.

Nel 1924 la Società, amministrata da Luigi Zaffanella, con un capitale di 350mila lire, definita dal giornale economico *Il Sole* "la più importante fabbrica italiana del settore", partecipa con successo alla Biennale di Venezia.

La richiesta di bijoux casalaschi è così alta che Giuseppe Maffei, nel 1920, fonda a Casalmaggiore la ditta Placcato Oro con novanta operai in attivo.

Le tre aziende, nel 1926, decidono di riunirsi nella Società Anonima Fabbriche Riunite Placcato Oro, in seguito S.A. Fabbriche Industrie Riunite (FIR), popolarmente conosciuta con l'epico nome di *Fabbricone*, con 400 operai in attivo.

Gli anni '20 e '30 sono quelli di maggior splendore, caratterizzati dalle medaglie d'oro ottenute all'Esposizione Nazionale di Tripoli del 1927 e alla Fiera Esposizione di Bolzano del 1929 e alla partecipazione della Mostra Arti decorative di Torino del 1934.

Nel Secondo Dopo Guerra la FIR inizia a diversificare la produzione creando occhiali e successivamente apparecchi radio ed i primi televisori su licenza della Emerson ma nel 1965 la produzione di bigiotteria, passata in mano agli americani, cessa completamente ed i macchinari vengono convertiti alla produzione di motori elettrici. Fortunatamente gran parte di questo patrimonio, e altro materiale proveniente da donazioni, è oggi conservato presso il Museo del Bijou di Casalmaggiore e permette di passeggiare nella Storia del Costume dalla fine del XIX secolo alla fine del Novecento.

Con la cessazione della produzione di bigiotteria nel distretto di Casalmaggiore è tramontata un'epoca ma, come vedremo, in questa fine c'è un nuovo inizio poiché già dagli anni '40, la produzione di bigiotteria italiana è caratterizzata da linee più esclusive che la consacreranno un elemento indispensabile ad ogni livello della Moda nazionale ed internazionale per tutta la seconda metà del '900.



4.

1. Spilla di gusto vittoriano, stampata a motivo di falsa filigrana con strass e smalti, fine XIX - inizio XX secolo;

2. Gruppo di spille con uccelli esotici in stile Déco, lastra di metallo bianco colorato ad aerografo, anni '20;

3. Spilla con forbice che taglia un fiore, metallo dorato, strass, perla di imitazione, smalto, anni '40-'50;

4. Due spille raffiguranti le attività sportive di gran moda negli anni '30, decorazione a smalto;

5. Spilla con dromedario e palma, metallo e materiale plastico, metà anni '30. L'ispirazione al Nord Africa è collegata alla propaganda coloniale del regime fascista;

6. Spilla con insetto, lastra e pietra di imitazione, anni '40-'50.



5.

DI LEO GIOIELLI DAL 1957



Collezione Contrariè

Boutique on-line

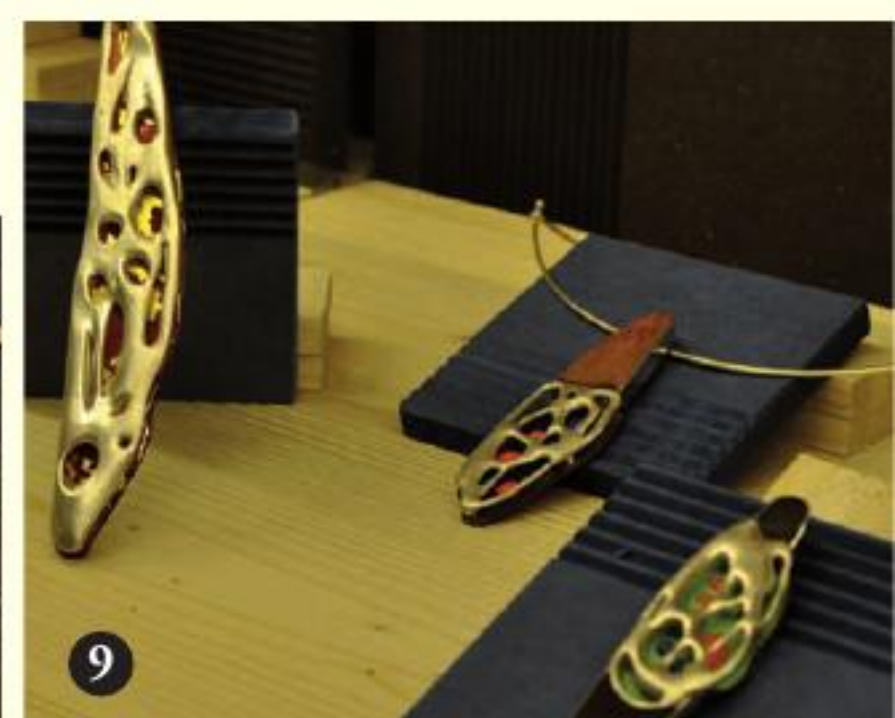
DILEOGIOIELLI.COM



7



4



9



8

Tendenze

SHADOWS WOOD&JEWELLERY

di Elena Guidobono

Shadows Wood&Jewellery è un evento che, per tutta la durata del Fuorisalone di Milano, ha coniugato l'arte dell'oreficeria tradizionale e il design moderno.

Quest'ultimo è presente nella forma di pannelli in legno grezzo rifinito artigianalmente e combinati a superfici in vetro e luci: un allestimento creato appositamente da Plano per valorizzare i gioielli dei 10 artigiani orafi in esposizione. Dieci identità distinte accomunate dalla volontà di comunicare l'emozione che si nasconde oltre la forma: un'emozione esaltata nell'allestimento a parete con delle luci che vanno ad illuminare la vera anima del gioiello.

Shadows Wood&Jewellery is an event combining traditional goldsmith art and modern design and will be featured for the duration of the Milan Off-show Event.

Wooden panels that are manually finished and combined with glass surfaces and lights to create a setting that Plano designed to bring out the best in pieces handcrafted by 10 artisans on display. Ten distinct identities who have in common the desire to communicate hidden emotion beyond form: a feeling enhanced by the wall mount and lighting that illuminates the true soul of each jewel.

1

Mikky Eger

L'ispirazione da cui parte la tedesca Mikky Eger è un'emozione, sia essa generata da persone, luoghi o sogni. Questa viene tradotta in espressione artistica e quindi in gioiello sfruttando l'energia intrinseca dei metalli e delle pietre che si fondono in forme sinuose o architettoniche nelle collezioni New Wave e Metropolis. *Emotion is the initial inspiration for the Dutch designer Mikky Eger. Whether it is generated by a person, a place or a dream, it is translated in an artistic expression, and in particular a jewel, by taking advantage of the intrinsic energy of metals and stones that blend into sinuous or architectural shapes in the New Wave and Metropolis collections.* (www.mikkyeger.com)

2

Sheila Cunha

La designer brasiliana è l'anima del brand che porta il suo stesso nome. Realizza gioielli in oro, argento e pietre semipreziose e l'ispirazione proviene da cose o persone che vede e incontra nei suoi viaggi. Predilige gli elementi naturali che con eleganza si trasformano in emozioni da indossare. *The Brazilian designer is the soul of the namesake brand. She creates jewels in gold, silver and semiprecious stones and the inspiration comes from things or people she sees or meets in her travels. She prefers natural elements that are shaped with elegance into emotions to wear.* (www.sheilacunha.it)

3

Maria Luisa Palazzo

Originaria di Rimini dove tutt'ora si trova il suo Atelier Orafo, Maria Luisa Palazzo realizza gioielli unici dalle superfici elegantemente scolpite che raccontano le stesse emozioni provate dall'artista orafa nel modellare la materia prima, principalmente oro 18kt e argento 925, con tecniche antiche come quelle della cera persa e dell'incisione. *Native to Rimini where she still has her Atelier, Maria Luisa Palazzo creates unique jewels with smartly sculpted surfaces that tell the same emotions the artist feels when shaping the material, usually 18kt gold and 925 sterling silver, with antique techniques like the lost wax or the engrave.* (www.marialuisapalazzo.it)

4

Antonella Ferrara

Un mix di artigianalità e creatività negli ornamenti di Antonella Ferrara. Gioielli in metalli nobili e pietre preziose davvero versatili: orecchini o collane componibili o anelli che diventano pendenti per un gioco di creatività che coinvolge anche la persona che li sceglie e li indossa. *A mix of craftsmanship and creativity in Antonella Ferrara's ornaments. Jewels made in precious metals and stones that are*

versatile: earrings or necklaces can be combined with other elements or rings can become pendants in a game that also involves the person that chooses to wear them.

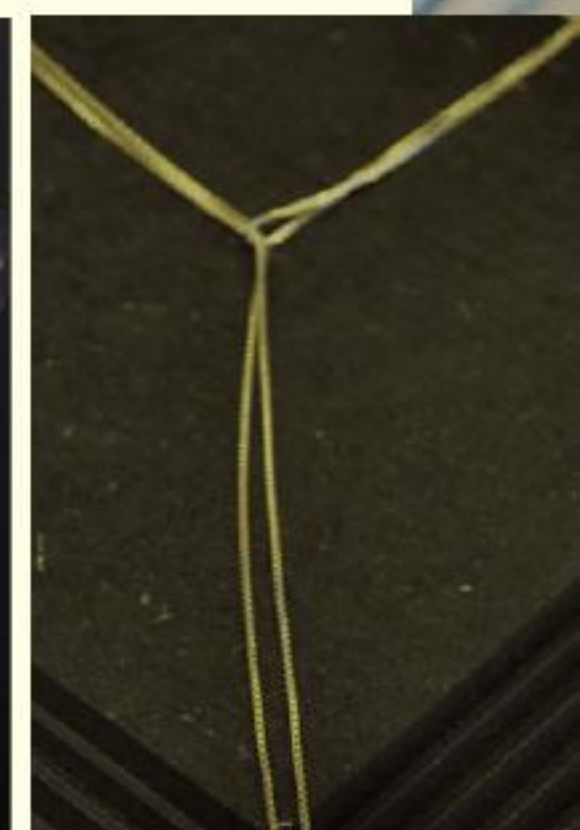
(www.antonella Ferrara.it)

5

Lazzarini Gioielli

Andrea Lazzarini unisce un design unico e originale alle tecniche orafe tradizionali imparate nel laboratorio del padre Giampiero. I gioielli sono realizzati con materiali di alta qualità e giocano sul contrasto di finiture, colorazione e taglio per ottenere sempre uno stile unico e personalizzabile: è infatti possibile cambiare le pietre di alcuni anelli o trasformarli in pendenti assecondando così il proprio gusto. *Andrea Lazzarini combines a unique and original design with the traditional goldsmith techniques learned in his father 'Giampiero' workshop. Jewels are made with high quality materials and play with finishing, colors and cuts in order to obtain an always unique style you can customize: it is possible to change the stone of a ring or transform them into pendants according to your will.*

(www.lazzarinigioielli.it)



6

Luigi Sala Gioielli

La tradizione orafa iniziata oltre cinquant'anni fa da Luigi Sala si unisce allo spirito giovane e creativo dei figli, Gabriele e Olivetta, che creano gioielli in oro e argento mixati con pietre preziose o semipreziose: la lavorazione a mano consente di produrre oggetti unici non solo nella forma ma anche nel contenuto, personalizzato secondo i gusti e desideri di chi lo indossa.

The goldsmith tradition started over fifty years ago by Luigi Sala is now combined with the young and creative spirit of his children, Gabriele and Olivetta, that create jewels in gold and silver mixed with precious or semiprecious stones: the hand craftsmanship allows to produce unique pieces not only in shape but also in their content, custom made according to the clients' desires.
(www.luigisalogioielli.com)

7

Laboratorio Orafo Cazzaniga Nobili

Paolo e Giancarlo Cazzaniga uniscono, nel loro laboratorio nel cuore di Milano, la competenza e l'esperienza con la creatività e la passione: il risultato è un sogno che diventa realtà, un gioiello che rispecchia i desideri e le esigenze del

cliente con forme eleganti e ricche di significato.

In their workshop in the heart of Milan, Paolo and Giancarlo Cazzaniga mix expertise and experience with creativity and passion: the result is a dream that becomes true, a jewel that reflects the client's dreams with the elegant shapes full of meaning.
(www.illaboratorioorafa.it)

8

Averla Lavorazioni Orafe

Possiamo proprio dire che la gioielleria Averla realizza i sogni che sono di fatto l'ispirazione di gioielli unici realizzati con grande tecnica da Alessandro Averla. Una tradizione di quasi trent'anni espressa con forme sinuose e vibranti cariche di significato definite dall'artista sempre nel rispetto del cliente che può intervenire al fine di ottenere un pezzo non solo unico ma anche dal carattere personale.

We can say that Averla makes your dreams come true. Dreams and intuitions are in fact the inspirations to these unique jewels designed by Alessandro Averla. A tradition started almost thirty years ago that is expressed with sinuous and vibrant shapes full of meaning defined by the artist that always respects the client's needs in order to create a unique and personal piece.
(www.averla.it)

9

Daniela Repetto

Dopo aver conseguito il diploma all'Accademia di Brera, Daniela decide di dedicarsi completamente alla sua passione per l'oreficeria. L'esperienza e la conoscenza del mondo artistico sono ancora ben presenti nelle sue creazioni: pezzi unici dove pietre e smalti si uniscono secondo un disegno sempre diverso studiato dall'artista per creare e suscitare ogni volta un'emozione diversa.

After getting her degree at the Brera Academy, Daniela decided to devote herself to her passion for jewelry. The experience and knowledge on the artistic scene can be seen in her creations: unique pieces where stones and enamels are combined in an always different pattern created by the artist in order to generate a new emotion every time.
(www.danielarepetto.it)

10

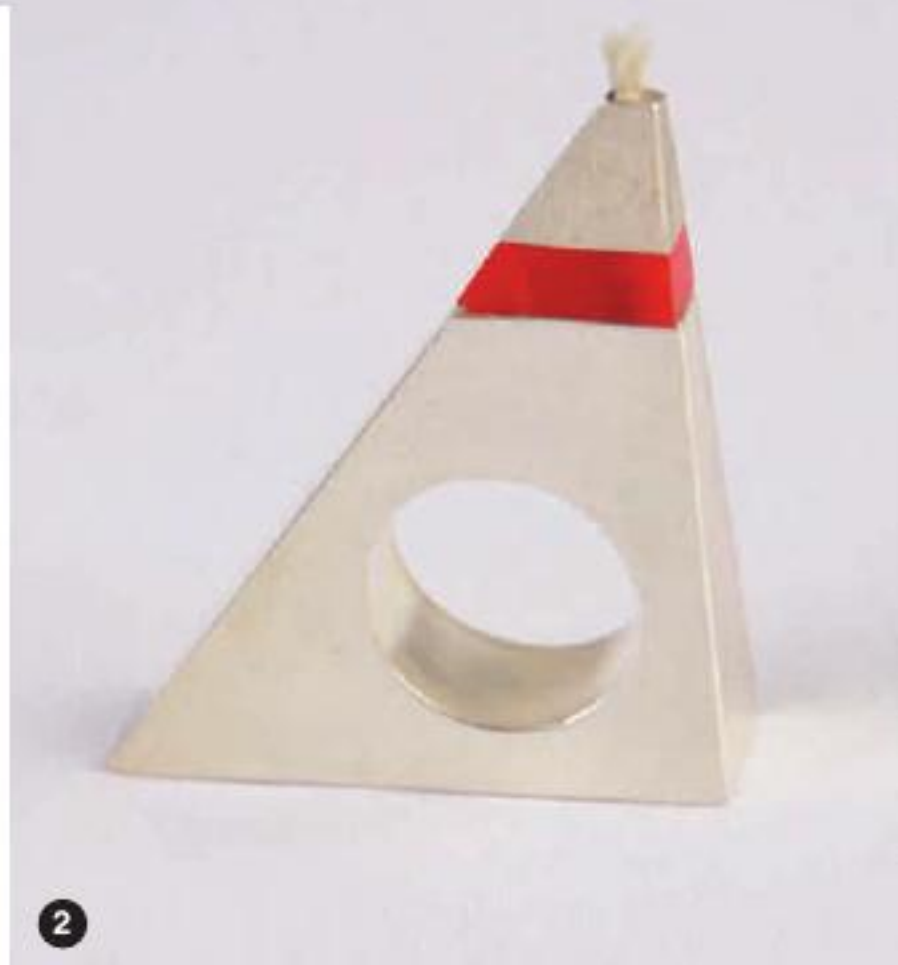
Limodoro

I gioielli Limodoro sono frutto della mano di Luisa Ferrara che da sempre aspira a concretizzare delle idee grafiche. Nascono così ornamenti insoliti che prediligono forme essenziali e geometriche, con contrasti di luci e ombre più che di colori; creazioni moderne che uniscono materiali tradizionalmente usati nella gioielleria a metalli o cere meno preziosi.

Limodoro's jewels are designed by the hand of Luisa Ferrara in order to make real an idea. This is how unusual ornaments are born with a fondness for essential and geometrical shapes and a contrast in lights more than colors; these modern creations mix materials typically used in high jewellery with less precious metals or waxes.
(www.agalma.it)



1



2



3



4



5

design GIOIELLI SONANTI

di Lucia Venino

Ci sono gioielli che amano farsi sentire, oltre che vedere.

Scampanellii preziosi di charms, orecchini e bracciali che diventano suoni familiari e tratti distintivi di una persona: ci sono amici che riconosci dal suono dei gioielli che indossano, o come direbbe Guccini da "il tintinnare del tuo buonumore".

Certi gioielli la musica ce l'hanno nel sangue, compongono suoni d'accompagnamento per la persona che li indossa o possono essere lo strumento con cui creare suoni.

NIKKI PETERSON crea pendenti e anelli a forma di flauto di Pan da suonare camminando come pifferai magici contemporanei. L'inglese ELE MAUDSLEY dà vita ad una collezione di gioielli musicali in ottone riutilizzando pezzi di sassofoni in disuso. Ogni gioiello è in grado di produrre suoni, sempre unici così come è unico il suono di ciascuno strumento che gli ha dato vita. Pensando alla sicurezza di quando esce da sola di notte SOYOUNG KIM, designer coreana di formazione statunitense, ha creato una collezione di anelli e pendenti fischietto da indossare. Un'idea simile a quella della texana COURTNEY RHODES, grafica prestata al design, che ha realizzato un anello fischietto dal nome speranzoso "Whistle for Change" incidendo sulla superficie messaggi di avviso e inviti alla prudenza.

La musica bisogna anche saperla ascoltare. Problemi d'udito? NINA RAIZEL ha riprodotto il calco del suo orecchio in un anello che farà proprio al caso vostro. Buon ascolto!

Some jewelry likes to be heard, and not only seen. Bells with charms, earrings and bracelets that become distinctive personal traits, sounds that accompany the wearer or are something to create sound.

Nikki Peterson creates pendants and rings shaped like recorders that can be played while walking. British designer Ele Maudsley creates musical jewelry in brass with pieces from old saxophones. For night time safety, SoYoung Kim, a Korean designer trained in the US, creates rings and pendants with whistles, like Texan Courtney Rhodes, graphic artist-turned-designer who makes a whistle ring called 'Whistle for Change', engraved with safety mottos. Nina Raizel reproduced her own ear in a ring. Happy listening!



6



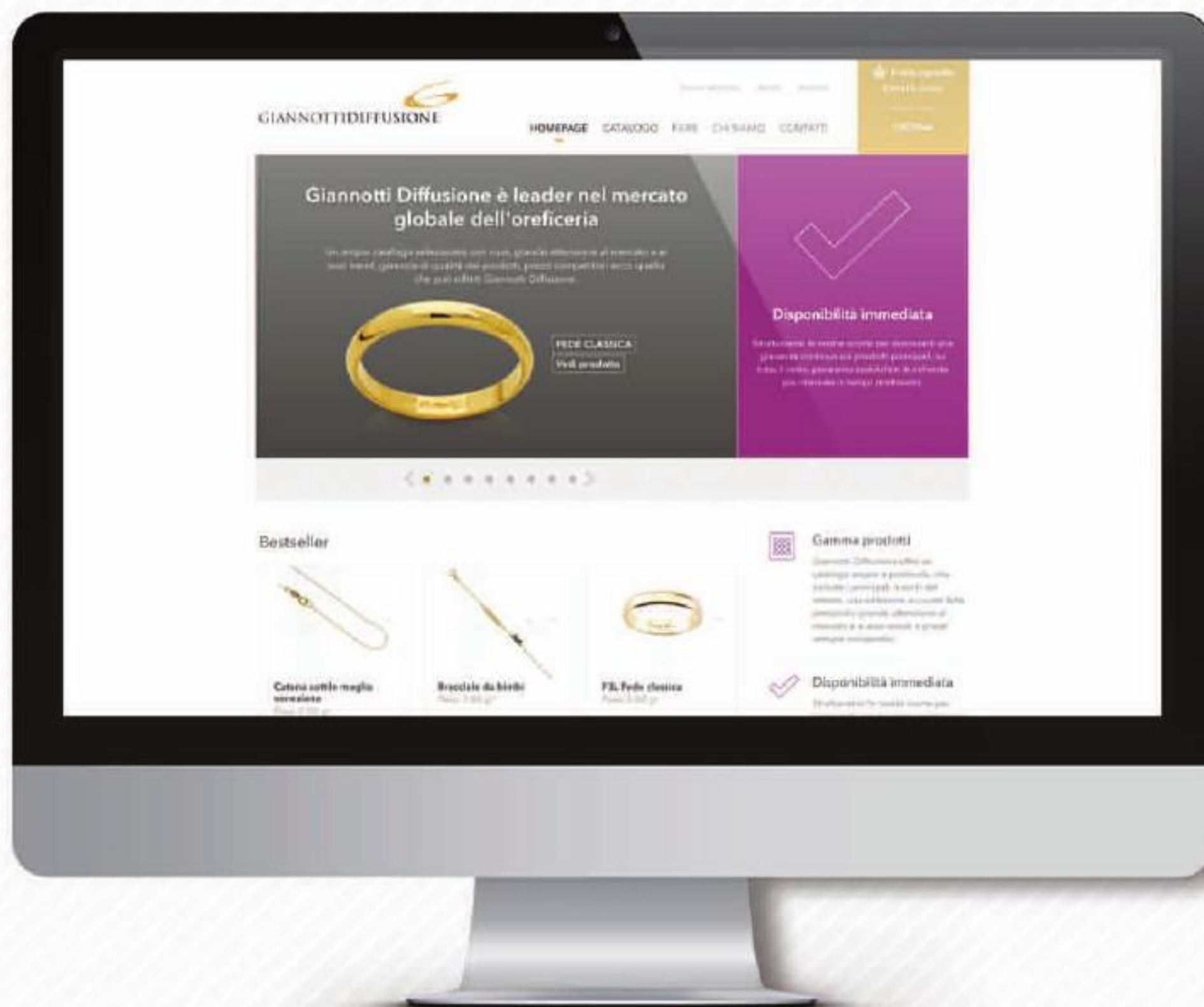
7



8



9



Il TUO MAGAZZINO in un CLICK.

www.giannottidiffusione.it

Il primo **e-commerce** dedicato esclusivamente all'**oreficeria italiana**, su misura per te. Vieni a scoprire il tuo **magazzino online!**



Disponibilità immediata



Consegna in 48H



Acquista On Line

DEDICATO A CHI POSSIEDE LICENZA PER IL COMMERCIO DI OGGETTI PREZIOSI O AFFINI.

Roberto Giannotti E Figli S.r.l. - Rivenditore ufficiale Gioielli Diana
 Centro Orafo il Tari - 81025 Marcianise (CE) tel. 0823.51.25.11 - fax 0823.83.83.24
www.giannottidiffusione.it | info@giannottidiffusione.it


 GIANNOTTIDIFFUSIONE



AMEN
Bracciale Padre Nostro in pelle con incisioni
e chiusura magnetica in acciaio
www.amencollection.com



DORI CSENGERI
Orecchini Martinique, soutaches in seta,
perle miyuki, perle in vetro
www.aibijoux.com



BOCCADAMO
Bracciale soutaches in lamè dorato e bronzo placcato oro
giallo, con perle Swarovski e boules in bronzo
www.boccadamo.com



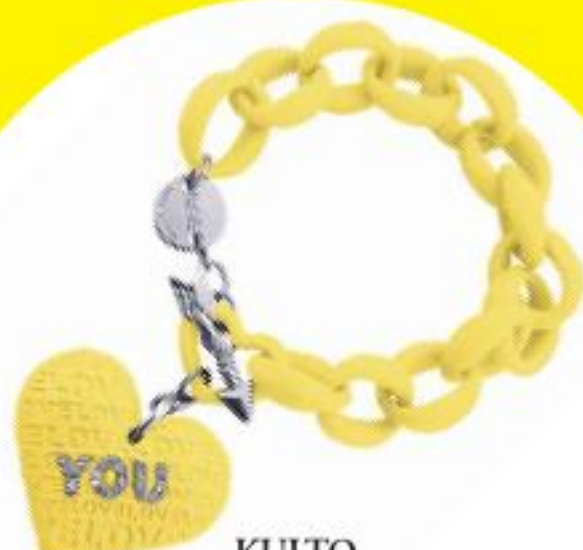
GEMMARIUM ITALIA
Collezione "Unica" quarzo citrino
acquamarina, argento rosé
www.gemmarium.com



GIANNI PACE GIOIELLI
Anello in oro giallo con diamanti gialli
(fancy yellow) e diamanti brown
www.giannipacegioielli.it



GRANI
Collana in argento e argento dorato
con elementi a forma di fiore
www.granipreziosi.it



KULTO
Collezione "Love You" in policarbonato
con smalto soft touch
www.kultojewels.com



LEISILVIA SEGNI PREZIOSI
Collezione "Infinito", filo di seta con zirconi
e chiusure in microfusione Ag. 925
www.leisilvia.it



MASMAS
Collana con pietre dure, onice e madrepora
con componenti in resina
www.masmascollection.it



RUE DES MILLE
Collezione "Smaltis", argento e smalti a fuoco
www.ruedesmille.it



PAVIÈ
Collezione "Satin" Orecchini in resina effetto martellato
con toppe di cristalli Swarovski opali
www.pavie.it



NATURE BIJOUX
Collezione "Andy" Orecchini in legno, metallo,
foglie vere e resine
www.nature.fr





PRODOTTO E DISTRIBUITO DA: I GIOIELLI DEL SOLE

SCOPRI LE NUOVE COLLEZIONI SU
TUTUGIOIELLI.COM



LE BALLERINE

green
greeninspiration

1. Michelangelo Gioielli www.michelangelogioielli.com
2. Gisel by Artecora www.artecora.com
3. Spicy Gioielli www.spicygioielli.com
4. Moraglione 1922 www.moraglione.com
5. PG Gioielli www.pggioielli.com
6. Percossi Papi www.percossipapi.com
7. Falcinelli Italy www.falcinellitaly.it
8. Mattioli www.mattioligioielli.it
9. Fantasy Coral www.fantasycoral.it
10. Govoni Gioielli www.govonigioielli.it
11. Valentina Callegher - Di.Go www.digovalenza.com
12. Cameo Italiano www.cameoitaliano.it
13. Serenè Bijoux Made With Love www.serenebijoux.it
14. 1AR by UnoAerre www.1ar.unoerre.it
15. Elite Bijoux info@elitebijoux.it
16. Masi Gioielli Valenza www.masigioielli.com

DELLA ROVERE

THE FINEST ITALIAN GEMSTONE JEWELLERY



OROAREZZO
9 - 12 Maggio 2015
Fiera Di Arezzo
Pad. Petrarca
Stand 817-823

IL TARI
MONDO PREZIOSO
8 - 11 Maggio 2015
Showroom Della Rovere
Il Tari - Modulo 31
Centro Orafo Il Tari
Marcianise

Collezione Piccole Gioie



Anello giro con cuori a filo alternati in oro rosa
Eternity ring with hearts lined up and alternating with pink gold

Collezione Piccole Gioie



Orecchini ad anella in filo d'oro 18kt realizzati interamente a mano
Hoops in 18 kt gold filament made entirely by hand

Collezione Piccole Gioie



Engraved, anello inciso in oro rosa con piccolo rubino al centro
Engraved ring in pink gold with a small ruby in the center

Collezione Piccole Gioie



Bracciale rigido in filo oro rosa realizzato a mano
Handmade bangle in pink rose filament

Collezione Piccole Gioie



Bracciale in oro giallo martellato a mano composto da tre cuori intrecciati
Three-heart bracelet entwined to form a single bracelet hammered entirely by hand

Collezione Piccole Gioie



Anello nodo a cuore in oro giallo 18kt
Heart-shaped knot ring in 18 kt yellow gold

Collezione Piccole Gioie



Collana con cerchio di piccoli cuori in oro rosa
Necklace with a small circle of hearts in pink gold

Collezione Piccole Gioie



Bracciale con nodo a cuore realizzato a mano in filo pieno
Handmade bangle in pink rose filament

Collezione Piccole Gioie



Anello cuore concavo in foglia oro giallo martellato a mano
Concave heart ring with gold sheet hammered by hand

Collezione Piccole Gioie



Collana lunga con cuori in foglia oro giallo martellati a mano
Long necklace with heart-shaped gold sheet metal hammered by hand

in Vetrina MARCO GERBELLA

Quando Marco Gerbella cinque anni fa ha lanciato la sua linea di gioielli con il cuore come soggetto, si è innescato un meccanismo sorprendente che da lusinghiero interesse è diventato moda e tendenza. Il consenso di pubblico ha sostenuto così la creazione di nuove altre declinazioni, dove l'alto grado di design, l'artigianalità ed il pregio dei materiali sposano brillantemente i costi contenuti per avvicinarsi ad una fascia di mercato più ampia. When Marco Gerbella launched his jewelry collection featuring a heart five years ago, he triggered a surprising mechanism that went from flattering interest to determine fashion trends. Public consent has mandated the creation of new lines where high quality design, craftsmanship and precious materials are brilliantly used to serve a wider market with contained pricing.



www.marcogerbella.it



showroom | viale elena 142 | 80044 ottaviano (na) | ph 08119853748

pavie
bijoux

Opera unica



Bracciale in pelle con chiusura in ottone bagnato in oro giallo con corallo rosso e granati *Leather bracelet with gold plated brass clasp with red coral and garnets*

Opera unica



Collana di corallo bianco con rametto naturale incorniciato da Swarovski e granati *White coral necklace with natural branches crowned with Swarovski crystals and garnets*

Opera unica



Anello con micro-sculpture marine in ottone dorato e corallo rosso naturale *Ring with marine micro-sculptures in gold plated brass and natural red coral*

Opera unica



Farfalla in ottone dorato in stile liberty con pietre *Butterfly in gold plated brass and art nouveau stones*

Opera unica



Pendente in ottone dorato con aulite centrale e zaffiri *Pendant in gold plated brass with central aulite and sapphires*

Opera unica



Ragno in ottone con grande occhio di falco grigio e quarzo fumé *Brass spider with large gray Hawkeye and smoke quartz*

Opera unica



Anello con sirena in microfusione di ottone bagnato in argento con scoglio di ametista non tagliata *Micro fusion ring with mermaid in silverplated brass and uncut amethyst rock*

Opera unica



Orecchini in ottone dorato con pietre *Earrings in gold plated brass with gemstones*

Opera unica



Pendente con pesci in ottone dorato con corallo rosso non lavorato e aulite *Pendant with fish in gold plated brass and natural shaped red coral and sapphires*

Collezione Uomo



Bracciale da uomo in cuoio con centrale a croce in bronzo bianco *Men's leather bracelet with central cross in white bronze*

in Vetrina ALCOZER & J

Materiali nobili, pietre preziose, gemme e coralli che si trasformano in piccole grandi sculture ispirate al mare, alle fiabe, alla natura, espressioni di emozioni che inglobano ogni arte figurativa in un'opera unica, ineguagliabile per raffinata creatività, inconfondibile per eleganza, irripetibile, in quanto pezzo esclusivo: come un'opera d'arte, ogni oggetto è pensato, creato e curato singolarmente fino a diventare unico, dedicato ad un'unica persona. *Noble materials, precious stones, gems and coral transform great sculptures into tiny inspirations from the sea, from fairytales, from nature, emotional expressions enclosed in each unique figurine, unmatched creative sophistication, unmistakable elegance, inimitable, one-of-a-kind pieces: just like a masterpiece, each one is thought out, created, and finished individually to become one and only, dedicated to a singular person.*


www.alcozer.it

100% MADE IN ITALY



adv: gold_adv

www.gioieeco.it info@gioieeco.it ph. +39 0444 522328

KIAMO[®]

SENTIMENTO INFINITO

kiamo è un marchio by Gioie&Co. srl

Anelli Collection



Anello in argento 925 silver con preghiera a rilievo
Ring in 925 silver with relief prayer

ORA watches Collection



Orologio con cinturino intercambiabile e quadrante personalizzato dall'icona dell'angelo e la preghiera dell'angelo di dio Watch with replaceable band and personalized face bearing the icon of the guardian angel and the Angel of God prayer

I Rosari Collection



Anello croce in argento dorato 925 con zirconi bianchi
Cross ring in 925 silver with white zirconias

Classic Collection



Bracciale Padre Nostro in acciaio e pelle con incisioni
Our Father bracelet in steel and leather with engravings

Junior Collection



Collana rosario in argento 925 e perle blu
Rosary necklace in 925 silver and blue pearls

I Rosari Collection



Anello color oro bianco con zirconi bianchi
White gold colored ring with white zirconias

Rosari Collection



Rosari in argento 925 con cristalli
Rosary in 925 silver with crystals

I Rosari Collection



Anello boules rosa in argento 925 con zirconi bianchi
Pink ball ring in 925 silver with white zirconias

Angelo di Dio Collection



Bracciale in argento 925 con perle di Murano
Bracelet in 925 silver with Murano glass beads

in Vetrina AMEN

Un modo nuovo per parlare d'amore con parole ricche di ispirazione e fede, senza dimenticare un tocco fashion. È AMEN, la collezione in cui la fede sposa il design e diventa moda. Frutto di un progetto di Giovanni Licastro che nel 2012 ha deciso di realizzare una gioielleria fatta di parole di amore e fede, quelle che hanno accompagnato l'infanzia di molti e che difficilmente si dimenticano e abbandonano. Un mix di estetica e spiritualità per gioielli Made in Italy, curati in tutti i dettagli, che rappresentano un modo per raccontarsi e sentirsi protetti. A new way to talk about love with words full of inspiration and faith, though not without a touch of fashion. This is AMEN, a collection where faith unites with design and becomes fashion. Stemming from a project by Giovanni Licastro who in 2012, decided to create jewelry made up of words of love and faith that carry us through childhood and that never abandon us and we never forget. An aesthetic and spiritual mix for jewelry Made in Italy, attention to detail, a way to tell a story and feel protected.



www.amencollection.com

Far viaggiare l'arte.

borse, foulard, accessori
macrisegnicreativi.it



MACRÌ
segni creativi



Colori e passione Chantecler



GABRIELE APREA CI RACCONTA DELLO STORICO MARCHIO CAPRESE

di Roberto Chilleri

Le marche del lusso si avvalgono di capacità creative e manifatturiere che in Italia sono più radicate che nel resto del mondo. Capacità che sono il frutto di tradizioni locali, come quella napoletana nell'alta sartoria - pensiamo a Marinella e Kiton - e nella gioielleria, dove oggi la marca più conosciuta è Chantecler. La storia di Chantecler inizia nel 1947, quando Pietro Capuano apre un negozio a Capri, isola che frequentava da sempre perché il padre, affermato gioielliere napoletano, lo mandava a proporre i suoi modelli ai vip. Eccentrico e trasgressivo, Capuano era in amicizia con il poeta futurista Marinetti e con il principe di Serignano, che gli cucì addosso il soprannome Chantecler, destinato a diventare la sua griffe. Dal 1950 Capuano trovò un valido collaboratore in Salvatore Aprea, erede di una nota famiglia di negozianti capresi. L'istrionico Chantecler, che Oriana Fallaci vedeva aggirarsi in barca indossando "una collana che non si riesce a capire se è di sassolini o di pietre pregiate", aveva un talento innato per le pubbliche relazioni, testimoniato dal ricordo delle mitiche feste che organizzava negli anni '60, ancora vivo a Capri. L'isola era presa d'assalto da cantanti, playboy, stilisti, industriali, re e regine, da donne di classe come Grace Kelly, Ingrid Bergman, Jacqueline Kennedy, la principessa Soraya e la duchessa di Windsor. Molti vip erano amici e clienti di Capuano e Aprea.

Oggi Chantecler è una maison di successo e i suoi gioielli sono venduti non solo nei migliori negozi, ma anche nelle boutique monomarca di Capri, Cortina, Milano, Tokyo, Hong Kong e Astana, spesso visitate da clienti vip. Secondo i soliti bene informati, nel negozio di Cortina avrebbero messo piede grandi famiglie, come Della Valle, Barilla, Marzotto e Pologato, i Vanzina e Mariah Carey. Diversi anni fa, Schwarzenegger acquistò una campanella, simbolo della casa e portafortuna con il quale Capuano omaggiava le persone straordinarie. La prima campanella la fuse in bronzo nel 1944 per farla recapitare al presidente Franklin D. Roosevelt, e una d'oro la donò a Ingrid Bergman durante le riprese di *Viaggio in Italia*.

Gioielliere e gentiluomo

Chantecler è guidata dai figli di Salvatore Aprea. Gabriele, che abbiamo intervistato, Maria Elena, stilista della griffe, e Costanza.

Com'è accaduto che dalla boutique a Capri sia nata una griffe?

La famiglia di Chantecler aveva aperto il negozio nel 1947. Mio padre lavorava con lui dal 1950, e nel 1982 ha rilevato l'attività. Poi siamo arrivati noi figli, e dal 2003 mio padre ci ha lasciato il timone.

E avete iniziato a realizzare i gioielli in proprio...

Dapprima con un laboratorio a Napoli, e in seguito abbiamo trasferito la produzione a Valenza e iniziato a vendere i nostri gioielli ai migliori negozi italiani. E dal 2009 la nostra sede è a Milano.

Il mito Chantecler nasce negli anni '60.

Cosa ricorda?

In realtà non ero ancora nato, ma grazie ai racconti di mio padre mi sembra quasi di averli vissuti. Guerre e crisi erano ricordi non troppo lontani e c'era molta voglia di scacciarli, magari trasgredendo con feste, qualche bicchiere in più, abiti meno castigati... Le stravaganze a Capri erano regola, passeggiando potevi incontrare un gentleman con pappagallos sulla spalla...

L'isola era famosa per l'atmosfera informale...

Ancora oggi l'atmosfera è abbastanza rilassata, figuriamoci allora. A mio padre una sera alle dieci si presentò in negozio un uomo in bermuda e sandali, chiedendo di vedere il pezzo più importante che avevamo in vetrina. Mio padre, pur essendo convinto che non potesse permetterselo, lo trattò con grande cortesia. Ebbene quell'uomo era l'armatore Stavros Niarchos, così la magnanimità di mio padre fu premiata...

Anche la portantina del '700 che avete in vetrina è il ricordo di qualche stravaganza?

La portantina fu un'idea di Capuano, ma una volta venne

in negozio un messicano che era a Capri per sposarsi e voleva assolutamente acquistarla per portarsi la sposa all'altare. Mio padre gli disse scherzando che gliela avrebbe regalata se avesse comprato tutti i gioielli che la coprivano. Per capire come andò a finire, basti sapere che la portantina in vetrina oggi non è la stessa di allora...

Che tipo di gioielli create?

Abbiamo sempre proposto creazioni nostre, e a volte erano i clienti stessi a commissionarle, come nella sartoria di alta moda. Poi abbiamo iniziato a creare collezioni prêt-à-porter. Abbiamo un gioiello icona, la campanella di Chantecler, che ha conosciuto anche versioni molto preziose.

Un fiore all'occhiello?

Ci piace sorprendere, e amiamo i colori della nostra isola. Credo che Capuano sia stato il primo ad abbinare perle rosa con diamanti fancy. Adesso abbiamo creato dei pezzi unici in titanio, che con la sua leggerezza consente dimensioni particolarmente generose, abbinando titanio azzurro con turchese, titanio rosa e corallo, ed entrambi con l'oro.

COLOR AND PASSION JEWELER AND GENTLEMAN

The story of Chantecler begins in 1947 when Pietro Capuano opened his shop on the Isle of Capri. Eccentric and transgressive, Capuano was friends with futurist poet Marinetti and with the Prince of Serignano, who nicknamed him Chantecler, destined to become his emblem. In 1950 Capuano found a worthy collaborator, Salvatore Aprea, heir of a number of shops on the island. The outspoken Chantecler had an innate knack for public relations as witnessed by some of the legendary parties organized in the 60s when he still lived on Capri. The island was invaded by singers, playboys, designers, entrepreneurs, kings and queens, classy women who were friends and clients of Capuano's and Aprea's.

Today, Chantecler is a successful company and their jewelry is sold not only in the finest stores but also in their namesake boutiques on Capri, in Cortina, Milan, Tokyo, Hong Kong, and Astana, and they are frequented by VIP customers. The first bell he fused was in 1944 to send it to Franklin D. Roosevelt, and a gold one was given to Ingrid Bergman during the taping of *Trip to Italy*.

Chantecler is headed by Salvatore Aprea's children, Gabriele whom we interviewed, Maria Elena, brand stylist, and Costanza.

How did a shop on the Isle of Capri inspire a brand?

The Chantecler family opened the shop in 1947. My father worked there from 1950 and in 1982 took over the shop. Then we came along and in 2003 my father handed it over to us.

And you started producing your own jewelry...

Initially with a laboratory in Naples, then we moved production to Valenza and started selling our jewelry in the best stores in Italy. Our headquarters are located in Milan as of 2009.

The Chantecler legend starts in the 60s.

What do you remember?

Actually, I wasn't even born but thanks to the stories my father told me it was like I lived through it all. Wars and recessions were not that far in the past and everyone wanted to forget and did so by living on the edge through transgressive parties, drinking binges, skimpy clothes.

The island was famous for its informal atmosphere...

Still today the atmosphere is pretty relaxed, imagine how it must have been back in the day. One evening at around ten o'clock a man came into the store wearing his shorts and sandals. He asked to see one of the most valuable pieces in the window. Even if my father thought it was something beyond the man's means, he took it out and showed it to him. My father was always courteous to everyone, regardless. Well, the man just happened to be shipbuilder Stavros Niarchos, so my father's magnanimity was rewarded.

Does the 18th century sedan chair in your showcase evoke the same extravagance?

The sedan chair was Capuano's idea but one day a Mexican who was in Capri to get married came into the store and wanted to buy to carry his bride to the altar. My father told him kiddingly that he would have to buy all the jewelry on display to do that. What happened is clear... the sedan chair is no longer the same as on that day...

What kind of jewelry do you create?

We always present something created by us and many times it is something commissioned, just like haute-couture tailors. We have started a prêt-à-porter collection as well. One of our prize pieces, the Chantecler bell, has been designed in a number of cherished versions.

The most prized of them all?

We love to astonish and we love the colors of our island. I believe that Capuano was the first to combine pink pearls with fancy diamonds. Now we have one and only pieces in titanium, so light that we can make the piece as large as we want and we have combined blue titanium with turquoise, pink titanium with coral, and both pairs with gold.



da sx, Romina Giannuzzi, Stefano Ronzino e Patrizia Antico

“ LE CAROSE SONO MOLTO DI PIÙ DI SEMPLICI BAMBOLINE. L'IDEA È NATA PROPRIO DALLA VOLONTÀ DI CREARE GIOIELLI CON UN'ANIMA FEMMINILE. LE NOSTRE CREAZIONI, INFATTI, GENERANO UN RAPPORTO DI COMPLICITÀ CON LE DONNE CHE LE INDOSSANO

gioielli alla moda

Stefano Ronzino



LE CAROSE, UN SUCCESSO CHE CONQUISTA ANCHE L'ESTERO

di Maria Rosaria Petito

La cartina al tornasole dei cambiamenti è la moda. Mai uguale a se stessa si trasforma nei materiali, nei colori, nelle linee. Riconoscere le sue dinamiche e farne il punto di forza della propria produzione è una qualità riconducibile a **Stefano Ronzino, stilista e designer di Toco d'Encanto**, che alla fugacità del fashion ha saputo dare risposte convincenti. **Il successo lo ha conosciuto già con le prime collezioni e ha poi conquistato anche i mercati esteri puntando sull'informalità, su una ricerca di modernità che è piaciuta tanto da fare delle sue 'Carose' un prodotto long seller.** Gioielli diversi, in equilibrio tra eccentricità, ironia e design che del classico hanno poco o niente per rispondere al desiderio delle donne di non passare inosservate.

Le sue Carose vanno letteralmente a ruba registrando fatturati di vendita in crescita costante. Come è nata l'idea di una bambolina?

In realtà le Carose sono molto di più di semplici bamboline. L'idea è nata proprio dalla volontà di creare gioielli con un'anima femminile. Infatti, le nostre creazioni generano un rapporto di complicità con le donne che le indossano, esprimendo il proprio modo di essere e di vivere. Le Carose possono essere glamour, sportive, workers, mamme, adolescenti. Proprio come le donne.

Un prodotto Made in Italy deve rispondere a precisi requisiti. Può dirci quali sono?

Senza dubbio, per essere "credibile", un prodotto Made in Italy deve rispondere a due requisiti in particolare: artigianalità e originalità dell'idea. L'artigianalità delle nostre proposte è garantita dalla passione che ci mettiamo ogni giorno nella cura del minimo dettaglio, dalle tecniche di produzione alla selezione delle materie prime.

Per quanto riguarda l'originalità, invece, abbiamo sempre lavorato con l'obiettivo di proporre un prodotto "inimitabile", senza copiare nessun brand e nessuna idea già presente sul mercato. Al contrario, non posso negare che in tantissimi abbiano provato e provino tutt'ora a copiare la nostra idea. Per questo motivo, a tutela della nostra esclusività, circa un anno fa abbiamo registrato il brand Le Carose all'Ufficio italiano brevetti e marchi (n. 000101826).

La sua sede è a Lecce ma esporta in numerosi paesi esteri. Quali sono i punti di forza della Toco d'Encanto?

Per la precisione la nostra sede è a Nardò, nella provincia di Lecce. È proprio in questo piccolo centro che abbiamo iniziato la nostra attività di designer e artist creation, accumulando nel corso degli anni un bagaglio di esperienze che ci ha portato oggi ad ottenere queste grandi soddisfazioni. I punti di forza sono molteplici. Senza dubbio, su tutti, c'è la nostra inarrestabile voglia di continuare a crescere, lavorando ogni giorno con grandissimo entusiasmo. Abbiamo sempre creduto nelle nostre idee, attraversando momenti di difficoltà ma senza arrenderci mai. Forse, il nostro segreto è quello di essere riusciti a restare uniti come una famiglia, trasformando la rabbia in energia positiva

da investire nel lavoro quotidiano. Continueremo così e non ci fermeremo mai.

Come è strutturata la sua azienda?

La nostra azienda è strutturata in maniera molto semplice, ma può contare su un'ampia rete di fornitori e distributori in più di 15 Paesi nel Mondo. Ai vertici della Toco d'Encanto, oltre al sottoscritto Stefano Ronzino, vi sono Romina Giannuzzi e Patrizia Antico, due artist creation con un'esperienza decennale nel settore. Lavoriamo sempre insieme, condividendo e portando avanti le nostre idee, proprio come si fa in una famiglia. La crescita esponenziale di fatturato, però, ci ha spinto ad espanderci con l'obiettivo di garantire ai nostri clienti un servizio sempre rapido, professionale e flessibile.

Quali sono le difficoltà più grandi che incontra oggi un imprenditore nel suo settore?

Per quanto ci riguarda, le difficoltà maggiori le abbiamo incontrate nella fase iniziale del nostro progetto. Quando sei solo una start-up e non puoi offrire alcuna garanzia, è veramente difficile trovare un partner che creda in te e che sia disposto a investire delle risorse economiche nella tua idea.

Quanto è importante la comunicazione e la presenza alle fiere di settore?

Riteniamo che gli investimenti in comunicazione e la presenza alle fiere siano due aspetti fondamentali per l'affermazione di un brand nel nostro settore. Non a caso, fin dal lancio del marchio le Carose, abbiamo dato vita a una serie di campagne pubblicitarie declinate sui principali media italiani. Per quanto riguarda le Fiere, siamo stati presenti fin da subito alle rassegne principali di tutta Europa. Per il futuro, abbiamo già programmato la nostra presenza alle prossime Fiere di Londra e Parigi.

Progetti per il futuro?

Ci sono tanti nuovi progetti in cantiere sui quali per il momento non vorremmo svelare di più. L'obiettivo è di consolidare l'affermazione del nostro brand nel mercato, con una serie di novità che si distingueranno ancora una volta per la loro esclusività.

STEFANO RONZINO TALKS ABOUT HIS CAROSE

The litmus test of change is fashion. Everchanging transformation in materials, colors, and lines. To recognize its dynamics and make it a strongpoint for production is one of the qualities Stefano Ronzino holds as stylist and designer of Toco d'Encanto where he renders fleeting fashion more convincing.

Your Carose are literally selling like hotcakes and turnover shows a constant crescendo. How did you come up with the idea of a doll?

Actually, Carose is much more than a doll. The idea came from wanting to create jewelry with a female soul. The Carose can be glamorous, sporty, workers, mothers, teenagers. Just like real women.

A product Made in Italy has to possess certain requisites. Can you tell us what they are?

No doubt being "credible"; a product Made in Italy must have two main features: artisan craftsmanship and an original idea. Our craftsmanship is guaranteed by the passion we employ everyday in creating an original piece that is inimitable and without copying other brands or ideas on the market. On the other hand I have to admit that many have tried to copy us. This is why we registered the Carose brand about a year ago with the Italian Patent Office (n.000101826).

Your headquarters is in Lecce but you export to a number of countries. Which are strongpoints for Toco d'Encanto?

Our headquarters is actually in Nardò, province of Lecce. This small town is where we started designing and artistic creation. Undoubtedly the desire to grow is unstoppable, we work everyday with great enthusiasm.

How is the company set up?

It's pretty simple, but we have an extensive range of suppliers and distributors in 15 countries around the world. The leaders at Toco d'Encanto, besides Stefano Ronzino, are Romina Giannuzzi and Patrizia Antico, two creative artists with over a decade in the industry.

What are some of the difficulties you face as an entrepreneur in his industry?

As far as we are concerned, the hardest part was in the initial phases of our project. When you are a start-up company and you have no collateral, it's really hard to find a partner who believes in you and is willing to invest in your idea.

How important is communication and attending industry fairs?

We feel they are both fundamental in affirming our brand in the industry.

Plans for the future?

We have a lot of plans in store and we prefer not to let the word out. Our objective is to consolidate our brand on the market with a series of innovations that once again will set us apart from the others and distinguish our exclusiveness.



Il dandy dei nostri giorni

Enzo Miccio

“NON DESTINARE NULLA ALLA BANALITÀ”

di Maria Rosaria Petito

È il dandy dei nostri giorni e ha fatto del suo stile un mezzo di espressione. Napoletano doc ma residente a Milano, ha messo d'accordo lo stile intero in fatto di bon ton. Ama la perfezione e cura il dettaglio ma spettacolarizzare, purché con misura, è il suo diletto. La parola d'ordine è “effetto”. Bisogna osare, stupire, per non destinare nulla alla banalità, ma se la volgarità e la grossolanità fanno capolino non conosce mezze misure e scende in campo pungente, diretto, tagliente. Si è fatto conoscere al grande pubblico come conduttore di reality, ha disegnato una linea di gioielli bridal e una elegante e sofisticata collezione di wedding dress e shoes, è un apprezzato wedding planner e ha scritto alcuni libri sul matrimonio. Pare proprio che alla sua carriera non voglia mettere limiti. Proviamo dunque a conoscerlo meglio.

Sono pochi i fortunati che hanno fatto della loro passione una professione. Qual è stato il suo percorso?

A Milano ho conseguito il diploma presso l'Istituto Europeo di Design e da lì ha avuto inizio un percorso professionale nel settore Moda.

Da ormai vent'anni, insieme al mio staff di architetti, progetto e realizzo, in Italia e all'estero, special event e luxury wedding con la teatralità che contraddistingue la messa in scena di un'Opera. Mi piace mettermi alla prova, per cui non potevo negarmi alla televisione della quale fanno parte “Wedding Planner”, ora “Diario di un Wedding Planner”, “Ma Come ti vesti?”, “Shopping Night”, “L'eleganza del Maschio” ed “Enzo Missione Spose”, trasmessi da Discovery Channel sul canale Real Time. Mi sono anche cimentato in una sfida che definirei anche “fisica”, concorrendo come ballerino al programma “Ballando con le Stelle” ed ho fatto parte della giuria di “Notti sul Ghiaccio”, entrambi in prima serata su Rai 1. Tv e anche radio: sono speaker su Radio Italia. In parallelo ho consolidato il mio Brand attraverso numerose linee da me firmate, dagli abiti da sposa ai gioielli “Butterfly”, dai cadeaux de mariage agli Interiors.

Per chi ama leggere, sono in libreria con Il Matrimonio che vorrei; Ma come ti vesti?; Matrimonio da Favola; Cercando Grace; L'eleganza del Maschio.

Se non avesse fatto il wedding planner quale sarebbe stato il suo avvenire?

Non riesco ad immaginarmi in altra veste. Posso ben dire di essermi realizzato nell'ambito che ho sempre sentito come il mio.

Cosa significa essere esteta oggi?

Circondarsi di ciò che si apprezza e non accettare imposizioni

esterne legate ai trend della moda. Significa coltivare le proprie passioni, ritagliarsi del tempo da dedicare a se stessi e alla cultura. Nel mio tempo libero frequento mostre, gallerie d'arte e di antiquariato, partecipo a manifestazioni teatrali, opere liriche e concerti, viaggio il più possibile alla ricerca di dettagli provenienti da culture lontane che rappresentano altri concetti di Bello da importare e reinterpretare in un modo personalissimo e unico che possa sentire completamente mio.

Ha disegnato una delicata linea di gioielli bridal per Comete. Ce la può descrivere?

In un giorno che non ammette repliche nulla deve essere lasciato al caso. I dettagli fanno la differenza per questo ho disegnato la collezione come un abbagliante total white dalle dimensioni generose ma leggera e avvolgente come una farfalla - il leitmotiv -, perché metaforicamente con il battito delle ali trasporta la sposa verso una nuova vita di coppia. La collana è la vera protagonista, ideale per un wedding dress bustier; il bracciale riprende la sua texture e trova il momento di massima valorizzazione nel taglio della wedding cake. Gli orecchini sono impercettibili farfalle, chandelier o cerchio. Le fedi, classiche, possono essere personalizzate con data incisa all'interno. I gemelli sono l'unico gioiello che il bon ton consente allo sposo e li ho immaginati come piccole sfere sfaccettate, con carré di disegni deco, di forme e colori diversi.

Camminano ancora separati bijoux e gioielli?

Se un tempo i bijoux erano considerati ornamenti di secondo livello, da utilizzare solo in occasioni informali, oggi hanno conquistato una propria identità e preziosità, trasformandosi talvolta in vera opera d'arte firmati da designer di fama internazionale.

Un gioiello che non deve mancare all'uomo e uno a cui non deve mai rinunciare la donna?

Per l'uomo l'orologio, per la donna almeno un dettaglio che dia personalità al look. Dipende dal tipo di outfit e dalla scollatura. Se a décolleté, sarebbe l'ideale optare per un collier importante, se a girocollo consiglieri orecchini chandelier.

Il suo abbigliamento è iper ricercato. Bisogna seguire le tendenze o andare controcorrente?

Le tendenze bisogna osservarle ma reinterpretarle secondo il proprio concetto di stile e la propria personalità. Bisogna cercare di essere stylist di noi stessi creando uno stile personale e unico che ci rappresenti.

Il suo stile di vita vuole, anche, essere un messaggio contro la massificazione crescente della moda?

La mia filosofia nell'abbigliamento consiste nel considerare

il vestiario come un modo per esprimere se stessi e comunicare anche attraverso ciò che si indossa. Come dichiaro spesso, la moda è un gioco per dar sfogo alla propria creatività.

L'abbiamo vista in veste di conduttore di reality, di ballerino, di wedding designer. Qual è il prossimo traguardo? La prossima sfida è rivolta a una maggiore apertura verso l'estero nell'intento di esportare il Made in Italy e il buon gusto anche al di fuori dell'Italia.

ENZO MICCIO
“AVOID THE BANAL”

He's a modern day dandy. A purebred Neapolitan living in Milan, he loves perfection and attention to detail. The password is 'effect'. Reality show host, designer of bridal jewelry, gowns, and shoes, wedding planner and writer of books on marriage. Let's get to know him better.

So few people do what they love. How did you get there?

I graduated from IED in Milan and for twenty years I've been designing and staging special events and luxury weddings in Italy and abroad. I worked in television with 'Wedding Planner', now 'Diary of a Wedding Planner', 'What are you wearing?', 'Shopping Night', 'Male Elegance' and 'Enzo's Bridal Mission'. I danced on 'Dancing with the Stars' and I am a judge for 'Nights on Ice'. I'm a speaker on Radio Italia. I have my own bridal gown line, jewelry, favors, and interiors.

I also wrote 'The Wedding I Want', 'What are you wearing?', 'Fairytale Wedding', 'Searching for Grace', 'Male Elegance.'

If you hadn't become a wedding planner what would you have done? Nothing else. I have been successful in a profession that I have always felt was my own.

What does it mean to be a connoisseur today?

Cultivate your passion and make time for yourself and for culture. I go to exhibits, art galleries, antique shows, I attend the theater, operas, and concerts, all in a search for the concept of beauty to import and reinterpret.

You designed a fine bridal jewelry collection for Comete. Can you describe it to us?

Total white with a butterfly leitmotif symbolizing the flight a bride takes towards a new life as a couple. The necklace is ideal for a bustier wedding dress. There is also a bracelet, small butterfly earrings, chandelier, or hoops; classic wedding bands, and cufflinks which are small faceted spheres, set in deco style design, form and variety of colors.

Do bijoux and jewelry still walk down separate roads?

Costume jewelry used to be considered second class ornamental; today, it has its own identity and often boasts an internationally renowned designer label. A jewelry must for men and one for women?

A watch is essential for men, while for women it depends on the outfit and neckline. Low cut necklines are perfect for a grand choker and for a crew neck, chandelier earrings.

Your apparel is so popular. Should we follow trends or go against them?

Trends are to be re-interpreted according to personality. We need to be our own stylist.

Is your lifestyle also a message against a growing mass fashion?

Apparel is a way to express yourself. Fashion is a game that allows you to express your creativity.

We've seen you conduct a reality show, dance on stage, design weddings. What's your next move?

I'm opening up to markets abroad to export Made in Italy and Italian finesse beyond borders.



Comete Gioielli. Collezione Farfalle by Enzo Miccio



Collezione Kimono, argento 925, pietre e setole originali dei kimono giapponesi

Lebole Gioielli

ARGENTO E SETA DISEGNANO LA NUOVA COLLEZIONE

Lebole Gioielli coglie l'essenza dell'estetica giapponese e la tramuta in oggetti di grande modernità legando con un filo di seta la cultura orientale alla tradizione orafa italiana. La seta è quella originale di antichi kimono, una testimonianza a noi remota che diventa delicata protagonista nel gusto e nella tecnica di creazioni affidate all'abilità di esperti artigiani orafi aretini. È nata così una linea di gioielli dalla prorompente vitalità, capace di differenziarsi in ogni collezione. Una contemporaneità dalla doppia anima e in continuo divenire, proprio come il paese nipponico.

"Abbiamo voluto creare un contrasto eccentrico penetrando nelle due distanti culture - spiega Barbara Lebole, con sua madre Nicoletta Lebole, head dell'azienda -, senza mai alterarne le identità. Il risultato è una coraltà di stili che si presta a continue innovazioni. Nell'ultima proposta, ad esempio, abbiamo sostituito il legno di ciliegio giapponese, anima dei nostri gioielli, con l'argento 925, ma nella variante dorata perché ha una lucentezza più calda che sposa meglio i cromatismi dei tessuti orientali."

L'argento, dunque, questa volta è una presenza rilevante che sul davanti si esprime nell'eleganza di una scintillante cornice per proseguire sul retro a tutto campo, dove ospita il punzone e la firma del brand: due facce di una stessa unicità. Meri gioielli che si offrono nelle silhouette della lanterna, del ventaglio, dell'ideogramma e del kimono intercambiabili tra di loro per ottenere, come sempre, coppie di orecchini differenti.

"Il Made in Italy è la nostra ricchezza - aggiunge Barbara Lebole - e ci impegniamo affinché rimanga inalterato nelle sue fondamenta che sono qualità, buon gusto, artigianalità e creatività. Valori che nella criticità di oggi vogliamo che emergano forti e incontaminati anche quando li accostiamo alle tipicità di altri paesi. Nello stile, poi, Lebole Gioielli ha scelto di mantenere il tratto minimal evitando facili eccessi. Teniamo quel che vale la pena tenere, come disse George Eliot, per recuperare il senso della raffinatezza che non è mai patteggiabile con la banalità."

LEBOLE GIOIELLI: SILVER AND SILK DESIGN THE NEW COLLECTION

Lebole Gioielli connect oriental culture and Italian goldsmith traditions with a silk thread from antique kimonos, creations entrusted in the expert hands of artisan goldsmiths from Arezzo. This has created a line of jewelry where each collection is different.

"We have created an eccentric contrast by penetrating the two cultures - explains Barbara Lebole and her mother Nicoletta who heads the company - without altering their identities. In our latest pieces we substitute the heart of our jewelry in Japanese cherry with gold-plated 925 silver.

Thus, it's silver: on the front as a bright frame and on the back for the post and brand label. Lanterns, fans, ideograms, and kimonos; true interchangeable jewelry to always wear different earrings.

"Made in Italy is our treasure - adds Barbara - and we strive to keep the same quality, good taste, artisanry and creativity. Values that we want to remain uncontaminated even when we move towards traits from other countries. Additionally, our trait is minimalist to reconquer a sense of sophistication.



www.lebolegioielli.it





Fabrizio Falcinelli

Falcinelli Italy

LE LUXURY BAGS ACCESSORI DI LUSO PER UN GRANDE MADE IN ITALY



Fabrizio Falcinelli è uno dei designer di gioielleria tra i più affermati a livello internazionale. Da 30 anni disegna le collezioni dell'azienda ed espande la Falcinelli Italy Jewels nel mondo: una creatività incessante per gioielli che affiancano la modernità della moda in una danza perfetta tra

abito e accessorio di lusso. Ora lancia una linea di *minaudières* gioiello, in pitone con rifiniture e catena in oro 18 kt, interamente realizzate da maestri artigiani italiani. Le luxury bags sono oggi nell'olimpico

degli oggetti più desiderati ma per questi sofisticati scrigni il designer aretino ha posto la particolarità nel decoro che ha trasformato in un dettaglio prezioso: un rosone disegnato da diamanti e pietre naturali, ametista, quarzo rosa, prasiolite e avventurina, magnificate dai tagli esclusivi e dai colori - da sempre tratto distintivo della Maison -, incastonate in sofisticate geometrie. La creatività di Fabrizio Falcinelli è andata poi oltre replicando queste piccole opere d'arte nella nuova collezione di gioielli 2015, suggerendo alla donna che ama la moda, lo charme e la seduzione l'abbinamento in parure. Un Made in Italy sapiente e innovativo, che rispetta la tradizione orafa per diventare arte preziosa e contemporanea.

FALCINELLI ITALY JEWELS
LAUNCHES LUXURY BAGS
*Luxury accessories
for a great Made in Italy*

Fabrizio Falcinelli has been designing for 30 years and is expanding Falcinelli Italy Jewels worldwide: unstoppable creativity in jewelry that juxtaposes modern fashion for a perfect blend between luxury apparel and accessories. Luxury bags in python skin and 18 kt gold trim and chain with a roundel made of diamonds and natural stones, amethysts, rose quartz, prasiolite and aventurine, boasting exclusive coloring and cut. Fabrizio Falcinelli's imagination goes beyond and replicates these tiny masterpieces in a new 2015 jewelry collection where women who adore fashion are offered the charm and seduction of a matching parure.





ALUNNO&CO SAS
Di Adriano Nucio

www.alunnosas.it

LIGHTNESS

photo Studio Azzurro





FANTASY CORAL

www.fantasycoral.it

bracciali montati in argento con corallo, cammei perle e pietre dure
silver bracelets with coral, cameos, pearls, and gemstones

MIRTA BIJOUX
www.mirta-bijouteria-online.com
collier in resina policroma ed elementi in metallo
choker in polychrome resin and metal elements





MAMY-JO
fb: Mamy-jo Bijoux
orecchini e bracciali in argento
earrings and bracelet in silver



RACHELE MILANO

www.rachelemilano.net

parure della collezione "Valery" by Rachele Milano, cristalli, resina e strass su base in metallo rodiato e anallergico
set from the "Valery" collection by Rachele Milano, crystals, resin, and rhinestones on a rhodium-plate hypoallergenic metal base

GRANI

www.granipreziosi.it

info@granipreziosi.it

collezione Rose in argento 925, smalti e pietre swarovski
rose collection in 925 silver, enamel and swarovski stones



FANCS V

by Simona Elia

www.fancsv.com

collezione Amuse oro 18kt diamanti, pietre preziose, perle e fiori naturali
Amuse Collection, 18kt gold, pearls, diamonds, gems and flowers





SERGIO ELEFANTE

www.sergioelefante.it

chiusure in argento 925% con corallo, turchese naturale, lapis, peridoto, pietre semipreziose
clasp in 925% silver with coral, natural turquoise, lapis lazuli, peridots, semi-precious stones

SPICY GIOIELLI

spicygioielli.com

ciondoli, anelli, gemelli e orecchini in argento 925 e bachelite
pendants, rings, cufflinks and earrings in 925 silver and bakelite



Siké Jewels

Silverwear





Preciosa

una miriade di ispirazioni brillanti

Dalla Boemia, dove il patrimonio della tradizione vetraria è tuttora intatto, PRECIOSA è arrivata e ha consolidato la propria posizione nel mercato mondiale. Una tra i principali leader nella produzione di componenti in cristallo, oggi PRECIOSA conta oltre 24 mila combinazioni di forme, dimensioni e colori: partendo dalla storica regione dell'Europa centrale, nella Repubblica Ceca, arriva nelle vetrine di tutto il mondo attraversando il mercato della gioielleria, del tessile, del fashion e del design. Dagli anni Novanta PRECIOSA lavora con successo con GI.MA. S.r.l., uno dei distributori ufficiali in Italia, che da trent'anni è grossista di innumerevoli componenti per bijoux ed accessori moda.

Conservando la tradizione boema e una produzione 100% in Europa, nella Repubblica Ceca, tratto distintivo di PRECIOSA è la vasta offerta di prodotti unita a una grande attenzione per l'ambiente. Tutte le tecnologie PRECIOSA installate sono eco-compatibili per garantire la sicurezza di chi sceglie e utilizza i suoi prodotti. Tra le collaborazioni di prestigio, da ricordare quella con Pantone, la massima autorità mondiale per le tendenze colore.

Tanti i settori cui si rivolge l'attività di PRECIOSA, ma il core business senza dubbio è legato ai componenti in cristallo per la moda e gli accessori. Due volte all'anno PRECIOSA, lancia le nuove collezioni: tra le ultime novità, la linea **Spike Bandings**, dall'ispirazione punk, o i tubolari **Crystal tubes** disponibili grezzi, argento, oro, placcati nero e rodio. Un tocco di vivacità lo offrono le **Multicolour Chains** personalizzabili nel colore. Per gli accessori più easy e dinamici, l'ideale è la linea **Plastic Bandings**, con sedici nuovi colori e tre taglie. Fiore all'occhiello tra le novità, la linea "MC Chaton Rose VIVA 12®", che oggi PRECIOSA presenta Lead Free, sempre con la stessa brillantezza estetica: 46 colori, 22 rivestimenti e 14 dimensioni.

Un'armonia profonda tra PRECIOSA e GI.MA. S.r.l. che operano insieme nel settore da oltre venti anni. A loro abbiamo chiesto di raccontarci brevemente la storia di questa *liason* di successo.

PRECIOSA. A MYRIAD OF BRILLIANT INSPIRATIONS

From Bohemia, where the wealth of glassmaking tradition still stands, PRECIOSA landed and has consolidated its position on global markets. One of the leaders in crystal component production, PRECIOSA today counts over 24 thousand combinations of shapes, sizes and colours: starting from this historic region of central Europe, in the Czech Republic, all the way to global showcases crossing jewelry, textile, designer and fashion markets. Since the 90s, PRECIOSA has successfully worked with GI.MA S.r.l., one of the official distributors in Italy, that for 30 years has been wholesaler of numerous components for costume, jewelry and fashion accessories. While keeping the Bohemian tradition having all the production in Europe, in the Czech Republic, one of the characteristics of PRECIOSA is their wide range of products combined with a great attention to the environment. All the technologies PRECIOSA has installed are eco-compatible to safeguard consumers wearing their products. Among the prestigious partners there is Pantone, the world leading jewellery colour trend setting company. PRECIOSA serves a number of industries but its core business is without a doubt linked to crystal components for fashion, textile and accessories industry. Twice a year, PRECIOSA launches their new collections: the latest news is their Spike Bandings line following punk inspiration, or Crystal tubes, tubules available raw, in silver, gold, black plated, and rhodium. A touch of vivacity in Multicolour Chains in personalizable colours. For nice and colourful accessories the Plastic Bandings are perfect, with sixteen new colours and three sizes. Crown jewel in the news is the 'MC Chaton Rose VIVA 12®', that PRECIOSA presents today Lead Free, with the same aesthetic brilliance: 46 colours, 22 coatings and 14 sizes. There is profound harmony between PRECIOSA and GI.MA. S.r.l. as they have been operating together for over twenty years. We asked them to briefly tell us about this successful liaison.

www.preciosa.com
www.gima-accessori.com



«I CRISTALLI
DANNO UN TOCCO
FRIZZANTE AD
OGNI CREAZIONE,
PER QUESTO CI
SENTIAMO PARTE
DEL TREND
GLOBALE »

“

GI.MA. S.R.L.

Co-Amministratore Delegato e Responsabile Marketing

Sandra Strusi:
“ALLA BASE DI TUTTO
C'È LA QUALITÀ DEI PRODOTTI”

Qual è la principale caratteristica della produzione PRECIOSA?

Qualità dei prodotti, servizio efficiente nella produzione e nelle consegne, l'attenzione verso il cliente e l'attenzione alle certificazioni come, per esempio gli svariati articoli Lead Free. Caratteristiche che noi di GI.MA. S.r.l., in qualità di distributori ufficiali, apprezziamo molto: nei confronti dei nostri clienti possiamo infatti puntare proprio su questi elementi.

«QUALITÀ DEI
PRODOTTI,
SERVIZIO
EFFICIENTE NELLA
PRODUZIONE E
NELLE CONSEGNE,
ATTENZIONE ALLE
CERTIFICAZIONI»

Come è strutturata la partnership tra GI.MA e PRECIOSA?

C'è un efficiente lavoro di squadra: noi abbiamo il polso del mercato, in continuo e stretto contatto con i principali uffici stile; GI.MA. S.r.l. esiste dal 1984 e da 30 anni è un grossista che offre una distribuzione capillare sul mercato italiano e non solo. PRECIOSA è sempre attenta ai feedback che noi rivolgiamo e di supporto per tutte le specifiche esigenze. La presenza congiunta alle fiere è un amplificatore di sviluppo: l'unione fa la forza!

GI.MA. S.R.L.

Managing Director and Marketing Manager

SANDRA STRUSI:
“UNDERNEATH IT ALL IS THE
QUALITY OF OUR PRODUCTS”

What is the main characteristic of PRECIOSA products?

Quality, efficiency in production and delivery, customer care, and careful certification in for example, a number of Lead Free products. Characteristics that we at GI.MA. S.r.l. as official distributors appreciate a lot: this is what we count on for our customers.

How does the partnership between GI.MA. S.r.l. and PRECIOSA work?

Efficient teamwork: we have a grip on the market and we are in close contact with the main style offices; GI.MA. S.r.l. has been around since 1984 and for 30 years as a wholesaler offering capillary distribution to the Italian market and beyond. PRECIOSA listens to feedback we give and supports all our needs. Attending fairs together increases our development: two is better than one!

“

PRECIOSA

Area Trade Marketing Manager

Jiri Vojtech:
“SODDISFIAMO TUTTE LE ESIGENZE
SPECIFICHE DEL MERCATO”

Negli ultimi anni la gioielleria fashion è cresciuta molto, non solo in Italia. Quanto PRECIOSA è parte di questo processo evolutivo?

I cristalli sono in grado di dare un tocco unico ad ogni tipo di creazione, rendendola sempre un gioiello speciale. Per questo motivo ci sentiamo totalmente parte di questo trend globale, lavorando con tutti i marchi internazionali di alta moda, gioielli e accessori.

PRECIOSA

Area Trade Marketing Manager

JIRI VOJTECH:
“WE MEET SPECIFIC MARKET
NEEDS”

Fashion jewelry has grown in recent years, not just in Italy. How much is PRECIOSA a part of the evolving process?

Crystals are able to give that special sparkling touch to any creation, making it a special jewel. This is why we feel like part of the global trend, working with international high-end fashion brands, jewelry, textile and accessories.

Does production change according to the market or is it the same across the board?

We do our best to meet the needs of every market. We promote our products at many international fairs both on our own and with partners worldwide. In this scenario, the value of our products on the Italian market has increased also due to our partnership with GI.MA. S.r.l., one of our official distributors in Italy.



I diamanti colorati negli ultimi anni sono rientrati a pieno titolo tra i protagonisti del mercato passando da pietra preziosa sconosciuta ad un vero e proprio fenomeno di mercato con crescente interesse da parte del pubblico. Inizialmente trattati da trader specializzati, oggi vi è una più vasta rete di scambi, dove tra le aziende leader figura la Marcello Manna Bvba con sede ad Anversa.

«Grazie alla mia passione per queste meraviglie della natura, la mia azienda è tra i principali intermediari specializzati per l'assortimento e la varietà di colorazioni disponibili di diamanti naturali colorati - ci racconta Marcello Manna, proprietario dell'azienda - ed un recente accordo di partnership ci permette di soddisfare le più esigenti richieste che ci arrivano da tutta Europa, soprattutto dalle grandi metropoli».

Intanto, il desiderio dei consumatori più ricchi di voler possedere pietre preziose uniche viene soddisfatto proprio da questi diamanti, il cui mercato evi-

denzia una domanda prevalente negli USA, in alcuni paesi emergenti e nelle metropoli dei paesi occidentali più evoluti.

«Per i diamanti naturali colorati non esiste un listino ufficiale di riferimento, ma dai dati in nostro possesso possiamo affermare che lo scorso anno le colorazioni di bassa intensità (light) sono aumentate in media del 10%, mentre quelle più forti (vivid-intense) sono aumentate mediamente del 35% nei colori giallo, rosa e arancio - continua Marcello Manna -. Nelle colorazioni più rare (rosso e blu) non è possibile costruire serie storiche, data l'eccezionalità delle transazioni e l'unicità delle gemme presenti sul mercato: come l'esemplare eccezionale da ct. 2,39 GIA Fancy Vivid greenish-Blue passato tra le mie mani!».



COLORED DIAMONDS BY MARCELLO MANNA

Colored diamonds are currently a real market phenomenon. Among the leaders is Marcello Manna Bvba headquartered in Antwerp.

"Thanks to my passion for these natural wonders, my company is one of the primary intermediaries specialized for assortment and variety of colors of natural diamonds - states Marcello Manna, owner of the company - and a recent partnership will help us satisfy the recent needs coming from Europe."

Demand come mostly from the USA, from some emerging countries and from metropolis in the most advanced western countries. There is no official listing for natural colored diamonds but last year the low intensity colorings (light) increased by 10% and the stronger ones (vivid-intense) by 35% in yellows, pinks, oranges. In more rare colorings (red and blue), no history is available because of the exceptional transactions and the uniqueness of these gems on the market: such as the 2.39 kt GIA Fancy Vivid greenish/blue that passed through my hands!"

Marcello Manna

I DIAMANTI COLORATI

www.marcellomanna.com



giannipacegioielli.it

Showroom il Tarì mod. 46



L'orgoglio di produrre made in Italy

..... *Riflessi*®





“MY SAINT, MY HERO BRACCIALI CHE RACCONTANO STORIE

Condividere storie, preghiere e pensieri dei santi in maniera semplice, giovanile e divertente, in modo che tutti possano sentirsi da loro accompagnati, aiutati e sostenuti.

Da questa ispirazione che Amy D'Ambra nel 2006 ebbe durante un suo viaggio in Italia, nacque una linea di gioielli attraverso cui regalare una benedizione nella vita quotidiana di tutti noi. Fu così che al suo ritorno in California intraprese questa avventura con la sua socia Christine Rich.

La loro missione è quella di regalare una benedizione ed aprire una finestra sulla fede, la speranza, l'amore e le ispirazioni che guidano la nostra vita attraverso i bracciali benedetti fatti a mano e le preghiere che li accompagnano.

“Siamo liete di dare il benvenuto all'Italia nella nostra grande famiglia” dichiarano le designers.

MY SAINT, MY HERO. BRACELETS THAT TELL STORIES

Stories of saints naturally, through tiny medallions to wear around your wrist. Distributed in Italy by Marcella Maugeri 2MSrl, the brands stems from sacred inspiration experienced by one of the two designers, Amy, during a trip to Italy in 2006. Together with Christine they started the company that aims at sharing its mission with an extensive audience.



My Saint, My hero
Distribuito in Italia da Marcella Maugeri
2M srl, Via Medina, 5 80133 Napoli
ph. 0814201020 mob. 3311080455
email 2m.marcella@gmail.com



JOELLE BIJOUX ELEGANTI PROPOSTE

L'incontro tra pietre, cristalli Swarovski e un materiale alternativo come la resina dà vita alle ultime proposte di Joelle Bijoux. Gli originali abbinamenti tra materiali e forme di collane e bracciali multifilo rendono il giusto merito alla produzione artigianale made in Italy che caratterizza l'azienda. Creazioni eleganti che alternano elementi preziosi e semi-preziosi come l'ottone, l'alluminio e il polycarbonato.

JOELLE BIJOUX. ELEGANT PROPOSAL *When two stones meet like Swarovski crystals and an alternative material like resin, the result is the latest proposal from Joelle Bijoux. Combinations place taste at the center of artisan craftsmanship made in Italy, a company feature. Elegant creations that alternate precious materials with the semi-precious such as brass, aluminum and polycarbonates.*

  www.joellebijoux.com





MICHELANGELO

GIOIELLI

LE CAROSE
www.lecarose.com

collane e orecchini Boho Chic
collana Le Carose gold big
bracciale Zuccherini Luxury
Boho Chic necklace and earrings
Le Carose gold big necklace
Zuccherini Luxury bracelet

Top Nioi
Pantaloni Siste's





URBAN STYLE

photo: Ugo Ricciardi mua: Vanessa Ferrauto stylist: Anna Neretto





FALCINELLI ITALY
www.falcinelliitaly.it

parure in oro rosa della collezione Venezia con diamanti e quarzi rosa
borsa in pitone nero con finiture in oro rosa, diamanti e quarzi rosa
*Venezia collection set in pink gold with diamonds and pink quartz
black python clutch with trimmings in pink gold, diamonds, and pink quartz*

Top Ombradifoglia
Gonna Northland



ACANFORA GIOIELLI
www.acanforagioielli.com

orecchini in oro con perla e brillanti
collana a 5 fili di perle con chiusura in oro e brillanti
*earrings in gold with pearls and brilliants
necklace with 5 strings of pearls and clasp in gold and brilliants*

Top Ombradifoglia
Gonna Northland







SERENÈ
www.serenebijoux.it

collana, orecchini e bracciale in metallo anallergico e plexiglass
necklace, earrings, and hand bracelets in hypoallergenic metal and plexiglas

Top Nioi
Gonna Miryaki
Occhiali Da Sole Vanni



SHINJU PEARLS
distribuito da OXYGENE
www.oxygene.sm

orecchini con perle tahiti, montate in oro con brillanti
collier con perle tahiti
earrings with Tahitian pearls mounted in gold with brilliants
choker with Tahitian pearls

Top e borsa Hanselgretel
Pantaloni Northland





GUMON
www.gumon.it

collezione Musa, gioielli in argento
con pietre semipreziose e perle
*Musa collection, silver jewelry
with semi-precious stones and pearls*

Top e gonna Hanselgrete!
Trench Ombradifoglia
Occhiali da sole Vanni



ELITE BIJOUX
info@elitebijoux.it

parure in argento placcato in oro rosa
con quarzi idrotermali
set in pink gold-plated silver with hydrothermal quartz

Abito Ombradifoglia









CONFUORTO GIOIELLI
www.confuortogioielli.it

Collana, bracciale, orecchini e anello in argento 925% con pietre preziose e incisioni su conchiglia con applicazioni di componenti floreali.
Bracciali con perle di fiume e pepite in ottone dorato.
Necklace, bracelet, earrings and ring in 925% silver with precious stones and engravings on shell with floral applications. Bracelet with fresh water pearls and gold-plated brass nuggets

Abito e giacchino Siste's





BERI
eterea.diraimondo@gmail.com

collana con pietre ed elementi in cotto forgiata e dipinta a mano
orecchini in argento forgiati e dipinti a mano
pezzi unici
necklace with stones and molded and hand painted elements in clay,
earrings in molded and hand painted silver, limited

Abito Ombradifoglia
Occhiali da sole Vanni

ARMONIE BY PROGETTIO UN CLASSICO BRIOSO IN ODORE DI NOZZE

Basta uno sguardo all'ultima collezione di Armonie Gioielli by Progettio per sentire già l'odore dei fiori d'arancio. È indiscutibilmente il periodo dell'anno più amato per le nozze e l'azienda campana accontenta il proprio pubblico con una linea di fedi personalizzabili in oro bianco e oro giallo 18 carati. Sul metallo prezioso possono far capolino, se il gusto personale li richiede, anche i brillanti. Evidente la capacità di mixare l'ispirazione classica del matrimonio con un tocco di brio, il giusto augurio da indirizzare ai promessi sposi.

CLASSIC PIZZAZZ IN ARMONIE BY PROGETTIO

A glance at the latest Armonie Gioielli collection by Progettio is all you need to smell the fragrance of orange blossoms. Undoubtedly the most popular time of year for weddings and the company from Campania makes its followers happy with a line of personalizable wedding bands in 18 kt white or yellow gold. For additional bling, diamonds may peek out through the gold. Clearly aces at mixing wedding classics with a touch of pizzazz, this way the company sends its best wishes to all the betrothed.



Armonie by Progettio



Armonie by Progettio

www.armonicgioielli.it

DI LEO FLOWERS LA NEW COLLECTION

C'è una moltitudine di colori nelle pietre preziose che compongono la nuova linea Flowers, un inno alla natura che si dispiega nei gioielli della Di Leo.

Zaffiri, smeraldi, rubini e diamanti si alternano in eleganti forme floreali che sposano le diverse tonalità dell'oro in una linea elegante per la nuova collezione primavera-estate dell'azienda romana, che traduce in prodotti di qualità le idee creative di una tradizione familiare sempre in evoluzione.

FLOWERS THE NEW COLLECTION BY DI LEO

There is a multitude of colors in the precious stones that make up the new Flowers line, an ode to nature that is sung out in Di Leo jewelry. Sapphires, emeralds, rubies, and diamonds alternate to create elegant floral forms that join with a variety of shades of gold, to create an elegant line for the new spring-summer collection that the Roman firm produces; quality products and creative ideas from a family tradition that continues to evolve.



www.dileogioielli.com



Di Leo Flowers Collection, oro rosa e pietre preziose

ACANFORA GIOIELLI UN PERFETTO EQUILIBRIO TRA MOVIMENTO E FORMA

Il soggetto è un classico della gioielleria, ma il modo di interpretarlo è completamente nuovo: la parure Cuore di Acanfora Gioielli in oro e diamanti trasforma il simbolo dell'amore in un equilibrio perfetto tra il movimento e la forma. Tra i gioielli dell'azienda, marchio creato da Vittorio Acanfora e dalla sua lunga esperienza nel settore oggi condivisa con i figli Loredana, Francesca e Giuseppe, fa capolino anche il corallo rosso, sempre accompagnato da oro e diamanti. Fiore all'occhiello della produzione, le sofisticate chiusure per le collane di perle.

ACANFORA JEWELRY: PERFECT BALANCE BETWEEN MOVEMENT AND FORM

The subject is a classic jewel, but the way it is interpreted is completely new: the Heart parure by Acanfora Jewelry in gold and diamonds transforms the symbol of love into a perfect balance between movement and form. The trademark created by Vittorio Acanfora and carried forward by siblings Loredana, Francesca and Giuseppe features jewelry in red coral accompanied by gold and diamonds. The crown jewel of production is a sophisticated clasp on pearl necklaces.



www.acanforagioielli.com



Acanfora Gioielli. Parure Cuore in oro e diamanti



DaLù

italian jewellery



FANCS V. LA NATURA PREZIOSA

Realizzati in oro 750 e impreziositi con diamanti, rubini, zaffiri, perle australiane e orchidee naturali, i gioielli di Fancs V rappresentano la bellezza della natura, nell'essenza più alta del termine.

I fiori sono protagonisti di questa rinnovata primavera che rinasce ogni volta nell'allure unica ed esclusiva di gioielli prodotti da Simona Elia, anima e designer del brand.

L'esaltazione dei colori e delle luci evidenziano una manifattura curata e ricca di dettagli che armonizzano la bellezza e la personalità di chi li indossa.

THE NATURE OF FANCS V.

Produced in 750 gold and embellished with diamonds, rubies, sapphires, Australian pearls, and natural orchids, jewelry by Fancs V represents an ode to nature in its highest form. Florals are key players in this renewed springtime that blooms in the unique and exclusive allure of jewelry created by Simona Elia, soul and designer for the brand.



Fancs V. Gioielli in oro, perle, brillanti e pietre preziose



www.fancsv.com

GOVONI I PREZIOSI BABY DIAMOND

Oro, smalti colorati e diamanti per la nuova collezione di Govoni, una fiaba popolata di personaggi in miniatura. È la linea Baby Diamond, allegra, giocosa e carica di tenerezza, dedicata ai più piccoli. Mini creazioni curate in ogni particolare, preziose come i gioielli delle mamme. Un regalo delizioso ed originale per nascite, battesimi, prime comunioni, originali testimonianze dell'amore che si prova per i bambini. C'è solo l'imbarazzo della scelta tra braccialetti, catenine e una infinità di charms...

BABY DIAMOND BY GOVONI

Gold, colored enamel and diamonds highlight the new collection by Govoni, a fairytale populated by miniature people. The Baby Diamond line, joyful, playful, and full of tenderness, dedicated to the little ones. Mini-creations carefully detailed, precious just like mommy's jewels. A delightful gift and unique for baby showers, baptisms, first communions, a one-of-a-kind witness to the love felt for children. A wide selection of bracelets, chains, and an infinite number of charms...



Govoni Gioielli. Baby Diamond

Govoni Gioielli. Baby Diamond



www.govonigioielli.it

Rajola Like you



RAJOLA LIKE YOU GIOIE CONDIVISE IN CASA

www.rajola.it

"Gioielli semplici, solari, per ricordare insieme un momento, un'idea, una passione, un sentimento". La Rajola di Torre del Greco firma così il suo ultimo Brand, Like you, con cui propone la nuovissima linea di gioielli in perle, cammei, coralli, pietre, concepiti non "per essere singoli, ma per suggellare un legame prezioso,..." "unici ed originali ma mai soli!", lavorati da artigiani che da ben quattro generazioni si dedicano alla donna d'ogni età, adornandola della raffinatezza dei cammei così come della fantasmagoria cromatica dei bracciali. Gioielli semplici ma di carattere, magari personalizzabili per sancire un'appartenenza, proposti anche in varianti arricchite con innesti di gemme preziose, in oro e corredati da certificato di garanzia che ne attesta la completa lavorazione nel nostro Paese.

LIKE YOU, SHARED JEWELS FOR RAJOLA

La Rajola from Torre del Greco labels its latest brand Like you, where the new line of jewelry in pearls, cameos, coral, stones, are handcrafted by artisans who for four generations have dedicated their work to women of all ages, embellishing with sophistication using cameos as well as a phantasmagoria of chrome in bracelets. Simple jewelry with personality albeit personalizable to be owned, some pieces are enriched with precious gems, in gold and bearing a certificate of origin guaranteeing workmanship done entirely in our country.

COLLEZIONE
Radiosa



BORSARI
GIOIELLI

www.borsarigioidielli.com

MADE IN ITALY

www.facebook.com/borsarigioidielli

GIANNI PACE GIOIELLI LA NUOVA COLLEZIONE RIFLESSI

Girocolli e solitari, verette e bracciali: la passione ha molte forme per raccontarsi. Una di queste è rappresentata senza dubbio dalle creazioni di Gianni Pace Gioielli. Nuovi fantasiosi pezzi arrivano a popolare la collezione Riflessi, che esalta un'arte ereditata da ben quattro generazioni. Brevetto esclusivo della GPG, punta sull'eleganza della gioielleria tradizionale rendendola accessibile ai desideri di tutti. Varianti cromatiche dell'oro che accompagnano una gamma altrettanto ricca di pietre. Un'espressione corale intorno alla gemma più amata dalle donne.

GIANNI PACE JEWELRY. THE NEW REFLECTIONS COLLECTION. Passion tells its story in many forms. One of these is found in creations by Gianni Pace Jewelry. New, imaginative pieces make up the Reflections collection that emphasizes art passed down through four generations. An exclusive patent belonging to a company aiming at elegance in traditional jewelry and making it available to satisfy the desires of everyone. A variety of shades of gold that accompany an equally wide selection of rich gemstones.



www.giannipacegioielli.it



Gianni Pace Gioielli, Collezione Riflessi



f t i p www.mediterraneogioielli.it

MEDITERRANEO DISEGNA LA LINEA POSITANO CON I COLORI DEL MARE

La nuova linea del brand campano Mediterraneo si chiama Positano e non poteva che essere disegnata da pietre del colore del mare e del cielo. Un impatto estetico di grande brio dove l'argento ha tratti contemporanei con gli orecchini che rivisitano lo stile chandelier, ripreso anche dal pendente. C'è poi una versione più delicata anche nei colori che ricordano la sabbia appena sfiorata dal sole. Gioielli eccentrici per accendere sere d'estate.

MEDITERRANEO DESIGNS THE POSITANO LINE WITH THE COLORS OF THE SEA. The Campania brand Mediterraneo has a new line called Positano and it could only be designed in stones the colors of the sea and the sky. An aesthetic impacts with zest where silver reveals contemporary details in earrings reminiscing chandeliers, just as in their pendants. A more delicate version is available in colors resembling sun-kissed sand. Eccentric jewelry to light up a mid-summer's night.



Mediterraneo, Linea Positano

LUCEBIANCA LA NUOVA CAMPAGNA "CHICCO DI RISI"

È tempo d'amore con la nuova Wedding Collection di Vera: guarda alle nozze la nuova campagna "Chicco di riso" di Lucebianca, gruppo orafico nato nel 2006 e guidato dalla famiglia Verde. "Il giorno in cui siamo diventati noi" è il claim della nuova linea: il riso, simbolo di prosperità tra gli asiatici, ha assunto anche in Occidente un significato preciso. Il lancio dopo il fatidico sì augura ai novelli sposi un'unione felice, così come beneaugurante è la parure composta di anello coprifede, bracciale, ciondolo pendente e orecchini, in oro bianco 18 carati e diamanti, ispirata alla sagoma del chicco di riso.

"GRAIN OF RICE" THE NEW CAMPAIGN BY LUCEBIANCA. The new Wedding Collection by Vera comes from the new "Grain of Rice" campaign by Lucebianca. "The day we became us" is the new line's claim. Debating after the fateful "I do" to wish the newlyweds well, just like the well-wishing parure with wedding band addition, bracelet, charm, and earrings in 18 kt white gold and diamonds, inspired by a grain of rice.

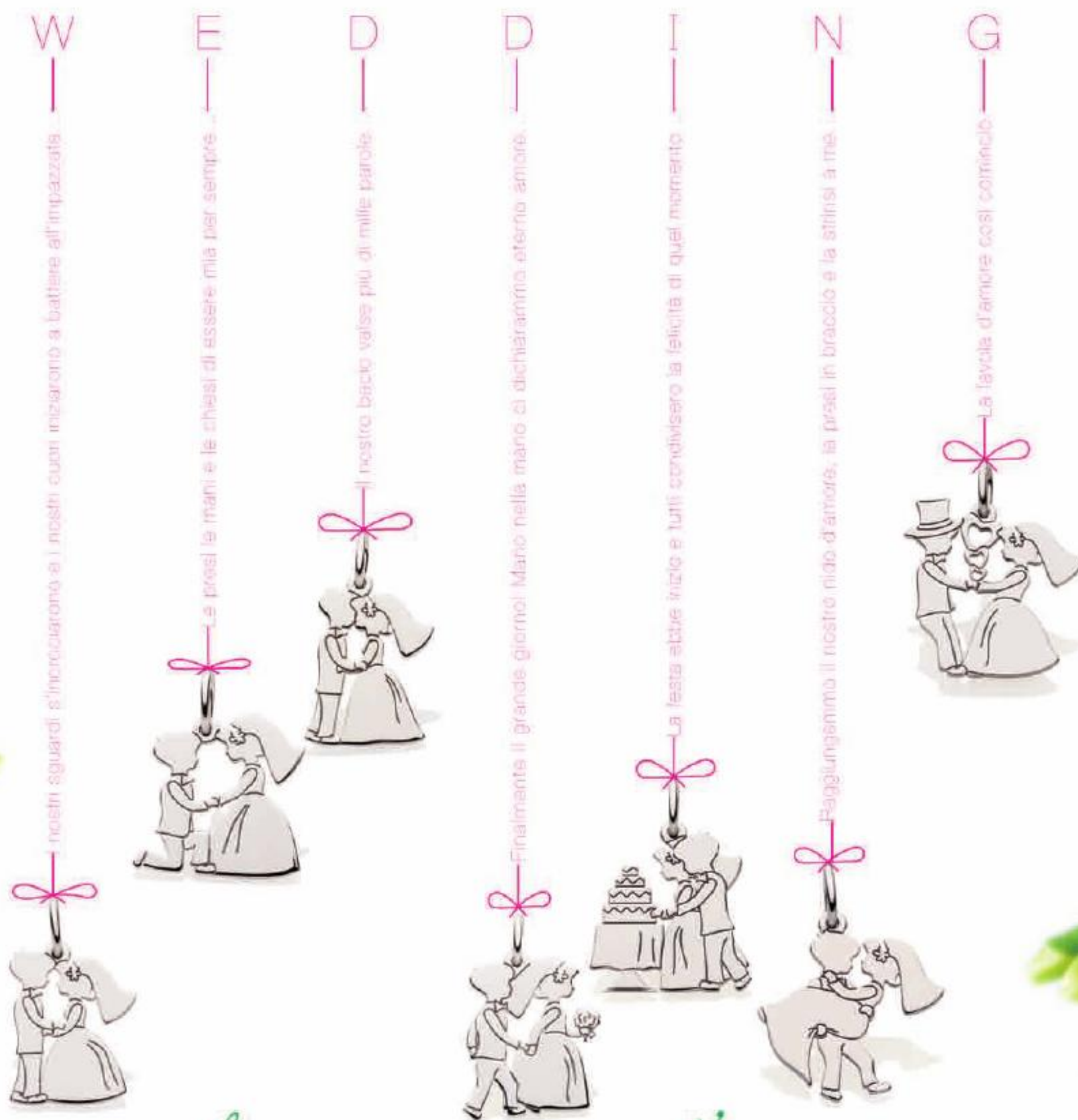
Wedding Collection di Vera



www.lucebianca.it



JEWELS®



La nostra storia d'amore.





Falcinelli Italy



www.falcinelliitaly.it

Collezione Rainbow
anello in oro bianco e rosa con pietre semipreziose e diamanti
Padiglione Chimera - stand 423/425 D



Giardini



www.giardini.it

Bracciale e anelli in elettroformatura in 18kt
con elementi in lastra lavorata
Padiglione Chimera - stand 310/312 c



Michele Faccin

www.michelefaccin.com

Nuova Collezione Chiavi by Michele Faccin.
Pendenti Chiavi in Argento 925/000 placcate in oro 18ct. e zirconi
Padiglione Bi-Jewel - stand 921



Eclat



www.eclatpreziosi.it

Bracciali LOL Collection
Padiglione Chimera - stand 322/324 C
Padiglione Bi-Jewel - stand 901



Carniani

www.richline.it

Bangle in oro giallo diamantato in oro bianco
Padiglione Chimera - stand 120A - 219B



OROAREZZO
international jewelry exhibition

36th edition
9/12 MAGGIO 2015

Arezzo Fiere e Congressi

Via Spallanzani, 23 - Arezzo (Italy) Tel. 0575 9361 - Fax 0575 383028 / info@oroarezzo.it - www.oroarezzo.it



OROAREZZO

international jewelry exhibition



Artlinea Jewels



www.artlineaspa.it

Collezione Gem Passion
anelli in oro bianco, con diamanti e zaffiro blu
e con diamanti e rubini
Padiglione Chimera - stand 646/650 F



Aucella Luxury



www.aucella.com

Orecchini in oro 18 kt
con corallo naturale rosa e bianco, diamanti naturali
Padiglione Chimera - stand 623 F



Boccadamo



www.boccadamo.com

Bracciale rigido in bronzo placcato oro rosa
con traforo e superfici glitterate curvilinee.
Padiglione Chimera - stand 718



Gabriella Nanni



www.gabriellananni.it

Collezione: "Storie Di Mare". Pendente pezzo unico fatto a
mano in argento 925 con corallo arancio, ametista sfac-
cata naturale, sezione a forma di spirale di conchiglia
Padiglione Bi-Jewel - stand 945



Graziella

www.graziellaluxury.it

Collezione Oceano

Padiglione Chimera - stand 528-530 E / 627-629 F



Giordana Castellan - Punto Oro VI

www.giordanapuntoorovi.com

Queen collection

Padiglione Chimera - stand 337 C



Rajola



www.rajola.it

Collana ed orecchini in lepidolite, morganite, perle rosa e oro 18Kt

Padiglione Chimera - stand 446 D



Mariasole Gioielli



www.mariasolegioielli.com

Orecchini con rane e foglie di loto, argento 925, cristallo di rocca e pietra di luna

Padiglione Bi-Jewel - stand 910



OROAREZZO
international jewelry exhibition

36th edition

9/12 MAGGIO 2015

Arezzo Fiere e Congressi

Via Spallanzani, 23 - Arezzo (Italy) Tel. 0575 9361 - Fax 0575 383028 / info@oroarezzo.it - www.oroarezzo.it



OROAREZZO

international jewelry exhibition



Lorenzo Ungari



www.ungari.com

Collezione Polvere di Stelle
anelli in oro che brilla più dei diamanti
Padiglione Chimera - stand 722



Superoro

www.superoro.it

Collane in oro e pietre semipreziose
Padiglione Petrarca - stand 826



UnoAerre



www.unoaerre.it

Bracciale in oro 18kt
Padiglione Bi-Jewel - stand 918/920
Padiglione Chimera - stand 230/232 B / 327/329 C



Rue des Mille



www.ruedesmille.com

Linea i sogni son desideri
Collana componibile in argento 925% placcato oro rosa 18kt
Padiglione Bi-Jewel - stand 950



Roberto Giannotti



www.robertogiannotti.com

Collezione La Luce Degli Angeli
Anello in oro bianco con pavé di diamanti e angeli in oro rosa
Padiglione Chimera - stand 713/714



Dalù, Linea Bon Bon

DALÙ LINEA BON BON LA PERLA È UN SOLITARIO

Tanti soggetti diversi compaiono sulla perla, protagonista dell'ultima collezione di Dalù, il brand dell'azienda D&L Gioielli che esplora il segmento della gioielleria. La nuova linea Bon Bon si racconta in oro 18 carati con diamanti, zaffiri, rubini, applicati sapientemente sulla perla centrale. Originali solitari su cui le pietre preziose disegnano storie, ma anche bracciali, orecchini e ciondoli con i quali il marchio Dalù Italian Jewellery amplia la propria offerta, finora caratterizzata dal comun denominatore della ceramica.

DALÙ PRESENTS THEIR NEW PRECIOUS BON BON LINE

Pearls are the center of so many different subjects and star in the latest Dalù collection, the brand exploring jewelry at D&L Jewellery. The new Bon Bon line features 18 kt gold with diamonds, sapphires, rubies, all applied to a central pearl. Singular cabochons where precious stones outline stories as well as bracelets, earrings, and pendants, as Dalù Italian Jewellery expands its reach and goes beyond its traditionally known ceramics.

f www.dlgioidi.it

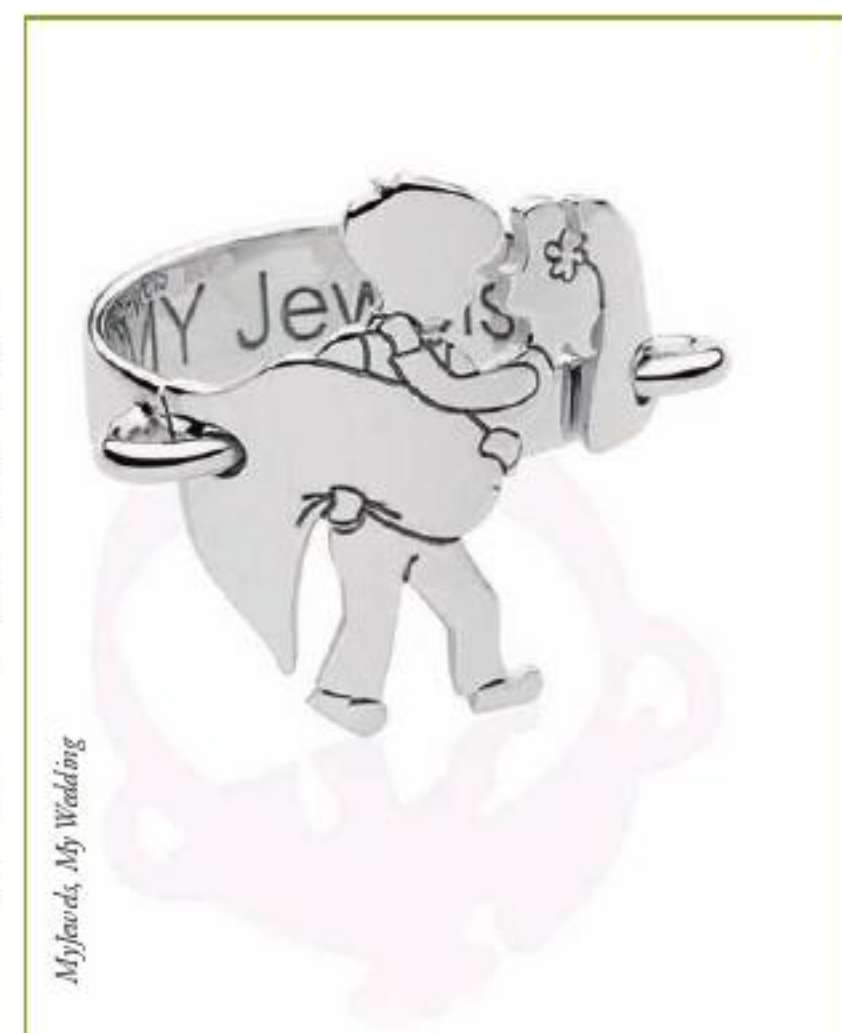
MYJEWELS MY WEDDING, IL SENTIMENTO IN UN GIOIELLO

Il sentimento si trasforma in un gioiello: arriva My Wedding, la linea di MyJewels dedicata al giorno del matrimonio. La profondità dell'impegno è confermata dal caratteristico design dei gioielli del brand: giovanile, fresco, inconfondibile. Questa volta i protagonisti sono gli sposi, lui e lei, innamorati e felici, colti negli atteggiamenti più classici e simpatici, e proposti nella declinazione anello, bracciale, pendente e orecchini, realizzati in argento 925 e disponibili anche in versione oro 9 e 18 carati.

MYJEWELS PRESENTS THE MY WEDDING LINE

Feelings transform into a jewel: My Wedding is here, the line by MyJewels dedicated to the big day. Commitment is expressed through the brand's design: young, fresh, and unmistakable. This time bride and groom are the focus, his and hers in love and happy together, captured in classic moments of tenderness on rings, bracelets, pendants, and earrings in 925 silver as well as versions in 9 and 18kt gold.

f www.myjewels.it



MyJewels, My Wedding

STELLA GIULIO PREZIOSI INTRECCI ARTIGIANALI

Dalla provincia di Vicenza, nuove suggestioni fanno capolino nel mondo del gioiello. Il laboratorio di argenteria di Stella Giulio snc presenta i bracciali in argento e perle con zirconi, bangles semi-rigidi in cui il metallo si alterna tra i toni del giallo, del bianco e del rosa. La lavorazione artigianale dell'intreccio tipica dell'azienda può accogliere anche, al posto delle perle, centrali fibbie tempestate di pavé di zirconi oppure simboli sferici posizionati a uno, a due, a tre sulla maglia.

STELLA GIULIO'S ENTWINING

New ideas are awaiting the world of jewelry from the province of Vicenza. Stella Giulio's goldsmith laboratory presents bracelets in silver and pearls with diamonds, semi-rigid bangles where metal entwines with tones of yellow, white, and pink. Their typical artisan craftsmanship entwining metals replaces pearls with pavé threads or beads in ones, twos, or threes on the surface.

www.stellagiuliosnc.it

Stella Giulio, Intrecci



LEI SÍLVIA

SEGN I PREZIOSI

Collezione Mediterraneo



www.leisilvia.it

KLEO BIJOUX JLO BY JENNIFER LOPEZ CURVE IN EQUILIBRIO



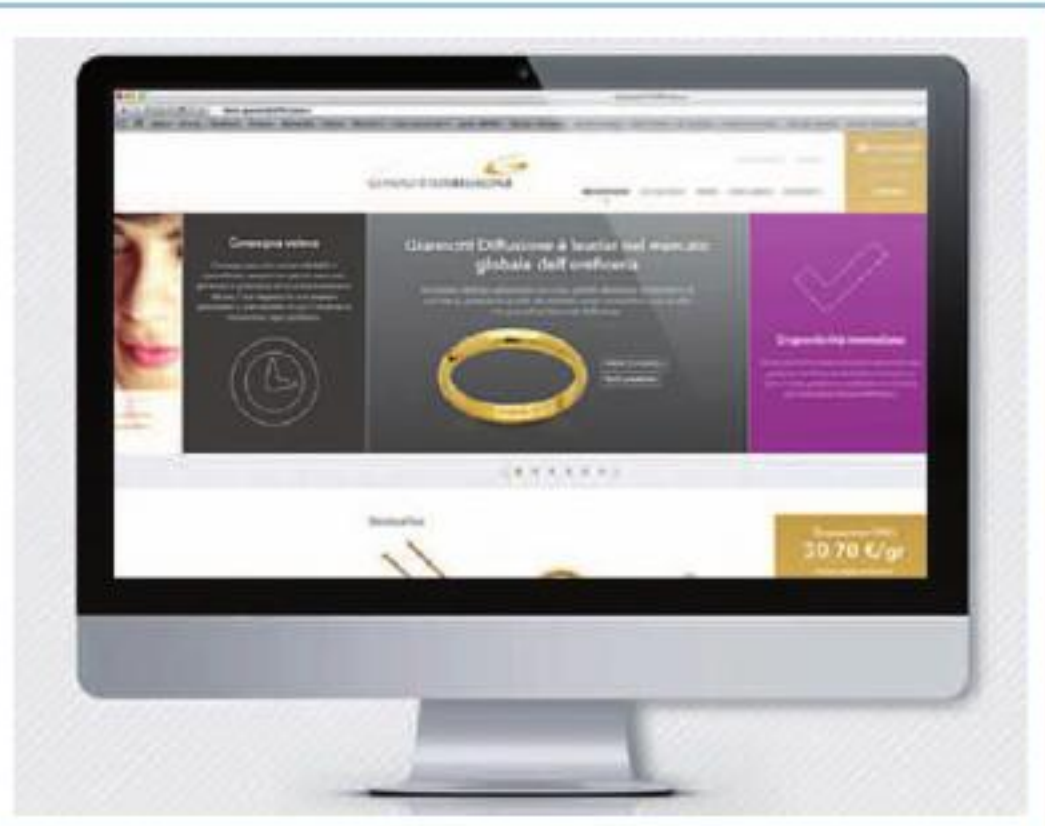
I metalli si abbinano in modo insolito nelle nuove collezioni Kleò Bijoux, creando contrasti glamour tra le colorazioni oppure giocando con le forme geometriche: divertente il bangle della linea JLo by Jennifer Lopez, di cui il brand è distributore ufficiale in Italia, con la sfera in metallo spazzolato che chiude il cerchio intorno al polso. Una cascata di bracciali che si alternano tra lavorazione martellata, forme irregolari e trafori come ricami, ai quali si uniscono pendenti vistosi in cui sono le curve a governare l'equilibrio.

KLEO BIJOUX PRESENTS THE NEW JLO BANGLE BY JENNIFER LOPEZ Metals combine in an unusual fashion in Kleò Bijoux's new collections where glamour contrasts with color or plays with geometric shapes: a fun bangle in the JLo line by Jennifer Lopez with brushed metal spheres that close around the wrist, of which they are official distributors for Italy. A stack of bracelets alternating hammered craftsmanship with irregular forms and perforated designs that unite with bright pendants where curves determine the balance.

f www.kleo.it



GIANNOTTI DIFFUSIONE VOLA CON L'E-COMMERCE



Oltre 20mila articoli on line, più di 1000 richieste d'iscrizione dai dettaglianti di tutta Italia: è il primo importante bilancio dell'e-commerce della Roberto Giannotti & Figli a poco più di un anno dal lancio. La terza generazione dell'azienda porta avanti da dicembre 2013 l'innovativo e-commerce dedicato esclusivamente a chi possiede la licenza per il commercio di oggetti preziosi e affini. www.giannottidiffusione.it. La priorità, racconta l'amministratore Amedeo Giannotti, è mantenere un contatto costante con i clienti, disponibilità immediata degli articoli e consegna in meno di 48 ore. Grande riscontro per il servizio "Ordina e ritira", un'opzione per quanti preferiscono visionare la merce prima di acquistarla o prenotarla per un specifica data. Giannotti Diffusione: Il tuo Magazzino in un click.

GIANNOTTI DIFFUSIONE TAKES OFF IN E-COMMERCE Over 20 thousand items online and more than 1,000 registered retailers from all around Italy: these are the first results from Roberto Giannotti & Sons e-commerce launch at just over a year from their online debut. A third generation company that innovated in December 2013 with e-commerce dedicated exclusively to licensed retailers in precious objects and accessories. www.giannottidiffusione.it Our priority - says CEO Amedeo Giannotti - is to maintain constant contact with clients, offer immediate product availability and 48 hour delivery. Huge success for their 'order and pick up' service, a solution for those who want to touch with hand before buying or reserve an item for a specific date. Giannotti Diffusione: your one-click warehouse.

f www.giannottidiffusione.it

RUE DES MILLE COLORA IL MONDO CON "SMALTIS"

L'allegria dei colori è protagonista della collezione Smaltis - Coloriamo il Mondo di Rue des Mille che ha dedicato un "girotondo" all'Expo 2015 di Milano. Tra le tante nuove creazioni della linea, infatti, un braccialetto multiethnico con i bambini del mondo, vuole testimoniare il valore delle relazioni e del rispetto tra i popoli. Realizzato in argento 925% placcato in oro rosa 18kt con smalti a fuoco, il braccialetto già presentato alla stampa in anteprima ha riscosso un caloroso successo.

RUE DES MILLE COLORS THE WORLD WITH SMALTIS Bright colors are the feature in the Smaltis - Coloriamo il Mondo collection by Rue des Mille where a 'carousel' is dedicated to the 2015 Milan Expo. Among the many new creations in the collection is a multiethnic bracelet depicting children from around the world and symbolizing the value of relations and respect amongst people around the globe. Produced in 18kt pink gold-plated 925% silver and fired enamel trimmings, the bracelets received a warm welcome by the press and have been a huge success.

f www.ruedesmille.it



L' ARTE ITALIANA DELL' INTRECCIO

Collezione in Argento



STELLA GIULIO s.n.c.



di Stella Paola e Tiziano

STELLA GIULIO SNC Via Trieste 4/e Bolzano Vicentino 36050 VICENZA
tel 0444 351135 fax 0444 1833643 - Email:stellagsnc@hotmail.it



Astucci Alfio

DI MENA DI CRESCENZO

adv gold_adv foto Carlo Falanga

80133 Napoli
via Grande Orefici, 6

ph. fax +39 081204375
menadicrescenzo@yahoo.it



SEAM DUE
www.seamaccessori.com
Paire con giubbotto ed orecchini
in cristallo svizzeri e corallo
Padiglione 2, stand A16

GUMON GIOIELLI
www.gumon.it
Collezione Lusa, realizzata in Argento
925, Perle e Pietre semipreziose
Padiglione 2



SODALITE ACCESSORI
www.sodaliteaccessori.info
Orecchini in alluminio e erliche
collezione estate 2015
Padiglione 2, stand A6



SERENÉ BIJOUX
MADE WITH LOVE
www.serenebijoux.it
Collezione Le Serenelle
in pvc e metallo anallergico galvanizzato
Padiglione 2, stand C7

EYSIMON
www.bysimon
Beaded Jewellery in Argento colorata e Argento
Padiglione 2, Stand E1



FORMESPAZIO
www.formespazio.com
Anelli in oro
Padiglione 2, stand A9





DELLA ROVERE
www.dellaroveregioielli.it
Cultura in disoprasio e cornu
nlegato in argento
Padiglione 2, Stand BB/C11



SILVER LAND
www.silverland.it
Bracciale in argento 925%
e in cappa di aironi
Padiglione 2, Stand D6



MICHELANGELO
GIOIELLI
www.michelangelogioielli.com
Pendente in argento e epire
Padiglione 2, Stand C6/D7



ELITE BIJOUX
info@elitebijoux.it
Cullana in argento e pietre semipreziose
Padiglione 2, Stand B18/C10



FIRENZE SHANKARA
www.firenzes Shankara.com
Cultura di pelle di fiume con cameo
Padiglione 2, Stand D8/E13



CAPO TOSTI DESIGN
www.francescomariacapotosti.com
Collezione Acqua, anello in oro bianco 18 ct
con diamanti taglio brillante e perla australiana.
Padiglione 2, Stand A22



PRETTI BIJOUX
www.prettibijoux.it
Collezione Cristalline intrecciate
Padiglione 2, stand C2/D1



OCCHI VERDI BIJOUX
www.occhiverdibijoux.it
Collezione spago gioiello
Colla spago emetito con pietre
cristallo e cristalli
Padiglione 2, stand A11

CONFORTO GIOIELLI
www.confuortogioielli.it
Collezione con pelle di fionia, con
rosa in resina e guada in corallo
montata su argento 925‰
Padiglione 2, stand C18/D16



SPICY GIOIELLI
www.spicygioielli.com
Bracciale in oro con argento 925‰
e bachelite
Padiglione 2, stand A17



SERGIO ELEFANTE
www.sergioelefante.it
Chiusura in argento 925‰ con corallo
Padiglione 2, stand B21



**FEDERICA FOSSI
JEWELS**
www.federicarossijewels.it
Jungle Collection Bangle base in ottone
con legno grigliato oro con smalti
Padiglione 2, stand A21



31° EXPO

26-27-28 settembre 2015
NUOVA FIERA ROMA

www.saboroma.it

JEWELRY **sabo**
ROMA



“ BYSIMON SEMPRE UN BILANCIO IN POSITIVO

BySimon si estende sull'intero territorio italiano e nei mercati esteri. Homi Milano, Vicenzaoro, Hong Kong, Tarì Bijoux e Friburgo sono le fiere a cui ha partecipato di recente presentando le ultime novità e i suoi gioielli, orologi, accessori, borse gioiello e oggetti di home design hanno registrato un bilancio più che positivo. Buona anche l'espansione estera che conta altri due importanti accordi di distribuzione conclusi in Sud Corea e in Cina. In Italia boom per i prodotti di fascia medio alta a prezzi che oscillano tra i 20/50 euro.

ANOTHER PROFITABLE YEAR FOR BYSIMON

BySimon is present across the entire Italian territory as well as abroad. Homi Milano, Vicenzaoro, Hong Kong, Tarì Bijoux e Freiburg are recent shows where news in their jewelry, watches, accessories, handbag jewels, and objects in home design were presented and make up their recent positive trend. Expansion abroad has also been profitable where two distribution agreements have been sealed in South Korea and China. At home in Italy, their mid- and up-market lines are booming with pricing that floats between 20 and 50 euros.

f t p YouTube www.bysimon.it



“ MACRÌ L'ARTE DELLA STAMPA

Leader nella stampa d'arte mixa tradizione e moderne tecnologie con attenzione a qualità e dettaglio nell'intero percorso creativo. Macrì-Capricci: gouaches d'epoca o dipinti acrilici su tessuti e pelle per foulard e pelletteria. Macrì-Interiors: arredi murali di grande formato su tessuti e pannelli per hotels, studi e abitazioni. Macrì-segni creativi: sculture in terracotta, oggetti in porcellana, cristallo, metallo. Passione, competenza e versatilità sono i suoi valori.

MACRÌ, THE ART OF PRINT

Leader in print art mixes tradition and modern technology with attention to quality and detail all through the creative process. Macrì-Capricci: period gouache or acrylics on fabric and leather for scarves and leather goods. Macrì-Interiors: large murals in canvas and billboards for hotels, offices, and homes. Macrì-segni creativi: clay sculptures, objects in porcelain, crystal, metal. Passion, expertise and versatility make up their values.



f www.macrisegnicreativi.it

“ SIKÈ JEWELS A MARSALA IL PRIMO SIKÈ STORE

Sono giovani, audaci, ed esprimono anche originalità le ideazioni Sikè Jewels, il Brand di Fiorella Italia che il 29 marzo 2015 ha inaugurato il suo primo Sikè Store in via XI maggio a Marsala (Trapani). Tutte in argento con galvanica in oro 23 kt, le lavorazioni dell'Azienda siciliana sono sottoposte a trattamento e-coating per prevenirne l'ossidazione, montano ematiti, agate, perle ed una particolarissima varietà di quarzo: gli occhi di gatto, dai riflessi mobili ed evanescenti, capaci da soli di imprimere forte personalità alle proposte Sikè Jewels (oltre tutto, pare che l'occhio di gatto possa anche proteggere chi lo indossa da spiriti maligni, difendere da insidie e donare addirittura saggezza. Più di così...).

SIKÈ JEWELS, MARSALA HOSTS THE FIRST SIKÈ STORE They are young, bold, and they express original ideas created by Sikè Jewels, the Fiorella Italia brand that inaugurated the Sikè Store March 29th on via XI maggio in Marsala. All silver and galvanized 23 kt gold, the Sicilian company's pieces undergo an e-coating treatment to prevent tarnish; mounted with hematite, agates, pearls, and a peculiar variety of quartz: cat's eye, moving and evanescent reflections giving strong personality to Sikè Jewels (above all, it seems cat's eye quartz also protects from evil spirits, traps, and actually transmit wisdom. What more could you want...)



f www.sikejewels.it



Rue des Mille[®]

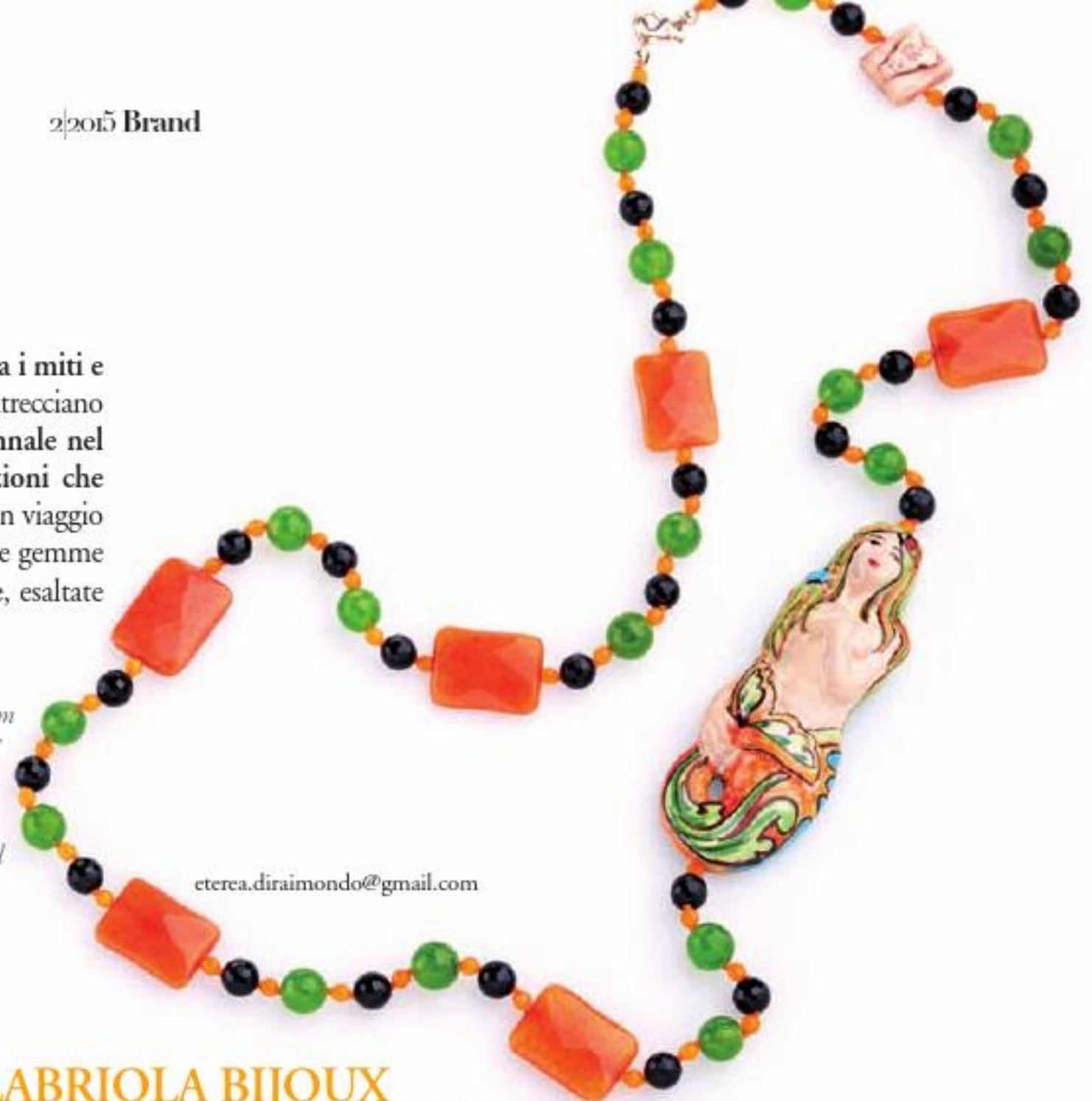
Made in Italy - www.ruedesmille.com - #tellonlyyourbestfriends

BERÌ GIOIELLI CANTASTORIE DELLA TRADIZIONE SICILIANA

A Sant'Agata Li Battiati (Catania), Rita Di Raimondo ridesta i miti e leggende della sua isola forgiando la ceramica in forme che si intrecciano con la storia della Sicilia. Grazie alla sua esperienza trentennale nel mondo della gioielleria, modella e dipinge a mano creazioni che personalizza con la passione per l'unicità. Ogni collezione è un viaggio nella tradizione declinata in argento e pietre naturali o in oro e gemme preziose. Protagoniste di "Mediterraneo" le creature marine, esaltate dalla lucentezza degli smalti nei colori dettati dalla fantasia.

BERÌ, STORYTELLING JEWELRY OF SICILIAN TRADITIONS

In Sant'Agata Li Battiati, Rita Di Raimondo arouses myths and legends from her island by forging ceramic forms that tell the story of Sicily. Thanks to her thirty years of experience in the world of jewelry, she shapes and hand-paints peices that are personalized with a passion for uniqueness. Each collection is a journey through traditions in silver and natural stones or gold and precious gems. Features of the 'Mediterranean' collection are marine animals brightened by the brilliance of enamel colors created with fantasy.



eterea.diraimondo@gmail.com



Labriola Bijoux Elastic Chic

LABRIOLA BIJOUX LA CAPSULE COLLECTION ELASTICHIC

Freschi e vivaci i gioielli della nuova collezione "Elastic Chic" di Labriola Bijoux, una colorata ed esclusiva capsule in bronzo caratterizzata da bracciali, collane e orecchini in filo elastico diamantato placcato oro 24 carati. Handmade in Italia, sono impreziositi da charm porte-bonheur dalle molteplici nuance: raffinate boule frutto delle fusione tra pietre di colore e madreperla naturale. Monili passepartout, contemporanei e stilosi, dal costo più che accessibile.

ELASTIC-CHIC BY LABRIOLA BIJOUX

Fresh and vivacious jewelry in the new 'Elastic-chic' collection by Labriola Bijoux, colorful and exclusive bronze capsules for bracelets, necklaces, and earrings made with a diamond elastic cord plated in 24 kt gold. Handmade in Italy and embellished with good luck charms in a variety of nuances: sophisticated balls made from the fusion between colored stones and mother-of-pearl. Passe-partout charms that are stylish and modern and accessibly priced.



www.labriolabijoux.it



GUMON IN VIAGGIO TRA I COLORI DI MARRAKECH

Si intitola Marrakech ed è la nuova linea in bijoux ideata dalla Gumon, giovane Azienda a management Guido Monticelli, nata solo nel 2001 ma già dinamicissima anche sul mercato estero oltre che su quello italiano. Marrakech è realizzata su una base di pelle naturale su cui sono innestati Swarovski e resine dalle cromie strepitose, con turchesi, blu oltremare e cobalti che richiamano forme e colori della tradizione berbera.

A JOURNEY THROUGH THE COLORS OF MARRAKECH

Marrakech is the name of the new costume jewelry line created by Gumon, a young company managed by Guido Monticelli that was founded in 2001 but is already a dynamic presence on both foreign and Italian markets. Marrakech is made from natural leather studded with Swarovski crystals and amazing shades of resin, turquoise, blue ultramarine and cobalt, recalling traditional shapes and colors of the Berbers.



www.gumon.it

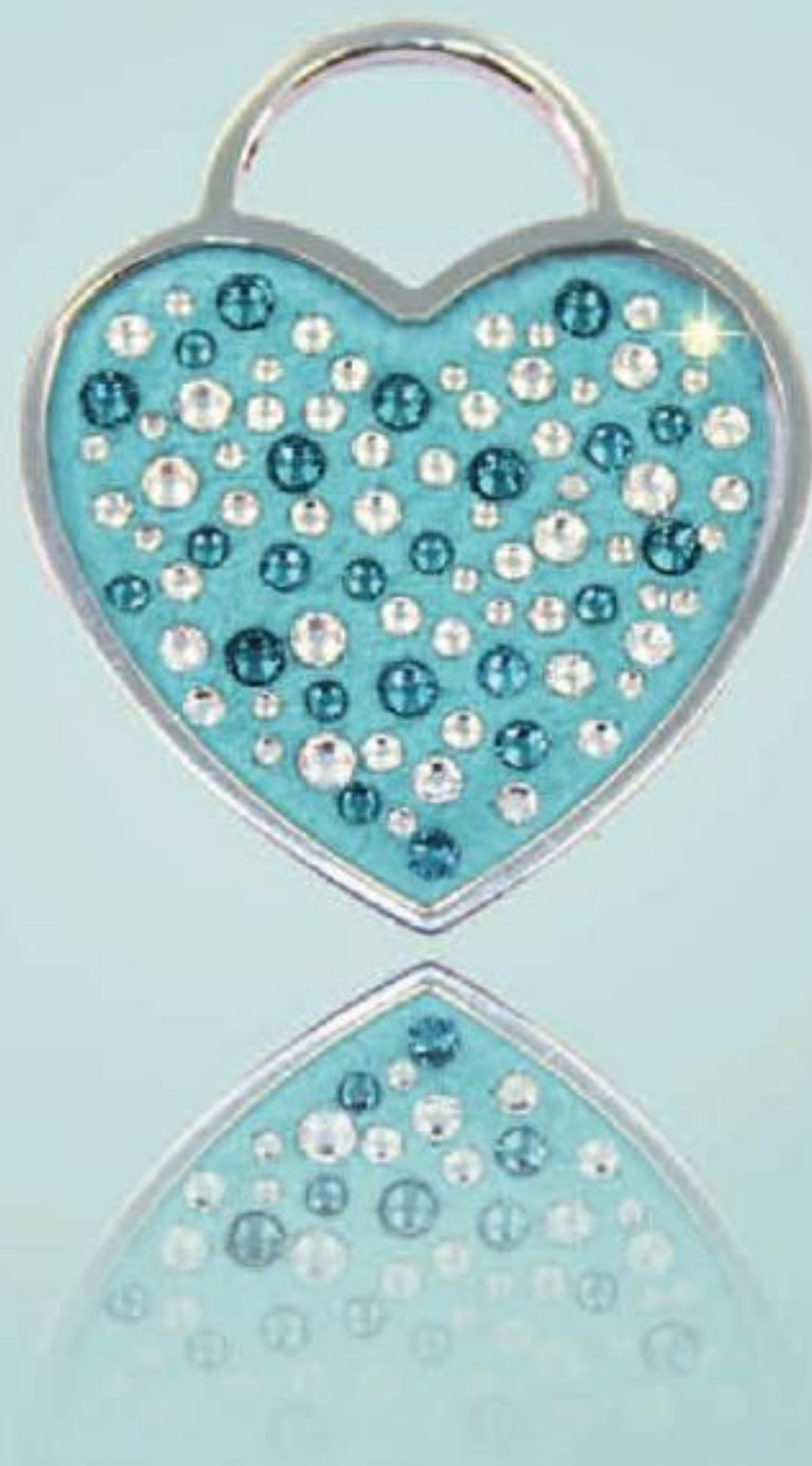


Gumon. Linea Marrakech



MISSMISS GIOIELLI

Breeze



www.missmisssgioielli.com





a sx: Il palazzo de La Bulla; in basso, Salvatore Garofalo in aula con gli allievi; a dx attività in laboratorio



in alto Nicola Morra (Lex Folies Gioielli); sotto, il banco "napoletano" custodito nell'area museo

Nel cuore di Napoli il cuore dell'artigianato

La Bulla

L'INCUBATORE D'IMPRESE DEL POLO ORAFO CAMPANO, FUCINA DI GIOVANI TALENTI

di Chiara Di Martino photo Sergio Siano



Quel banco da lavoro in ciliegio ha circa 250 anni; è quello che viene chiamato, nel settore, il "banco napoletano". Antichissimo, eppure già ergonomico e pronto ad accogliere l'artigiano per consentirgli di lavorare i metalli e le pietre preziose. Attorno, centinaia di ferri e lime, stampi, trapani manuali e padelle per asciugare gli oggetti, fino al primo bollo di fabbrica dell'epoca di Mussolini come dell'inizio del Novecento è la pressa che serviva, in tempi di carestia di oro, di realizzare il cosiddetto "plaque", una sorta di lega composta da uno strato di oro e una di ottone. Sono solo alcuni degli oggetti che popolano l'area Museo della Bulla, l'incubatore di Imprese del Polo Orafo Napoletano, nato per accompagnare lo sviluppo di giovani imprese, favorire la riqualificazione del centro storico della città e creare

nuova occupazione con la collaborazione dei più importanti maestri gioiellieri della tradizione napoletana. La struttura, di proprietà del Comune di Napoli, si trova in Via Duca di S. Donato, a poche centinaia di metri dal Duomo cittadino, e a gestirla è il Consorzio Antico Borgo Orefici. Qui dove nacque una delle prime corporazioni del Regno di Napoli, quella degli Orefici, quasi mille anni fa, oggi vive ancora un'antica arte. Attraverso la manualità degli artigiani che vi lavorano tutt'oggi, ma anche attraverso il percorso di apprendimento e di startup che, alla "Bulla", prende forma nell'attività di giovani e meno giovani. Quattro piani, un'area per le conferenze, sei laboratori al momento incubati e un ampio spazio - recentemente riadeguato - dedicato alla scuola, un biennio di formazione

a dx: il Creative Lab; allievi in laboratorio
sotto: Ilaria Mainini

QUATTRO PIANI, UN'AREA PER LE CONFERENZE, SEI LABORATORI E UN AMPIO SPAZIO DEDICATO ALLA SCUOLA, UN BIENNIO DI FORMAZIONE CHE SFORNA ALLIEVI IN GRADO DI CURARE LA PROGETTAZIONE, LA CREAZIONE E LA PRODUZIONE DI UN GIOIELLO

che sforna allievi in grado, al termine degli studi, di curare la progettazione, la creazione e la produzione di un gioiello. L'idea è quella di creare artigiani, certo, ma anche imprenditori. Tra i docenti del corso, Salvatore e Michele Garofalo, terza generazione di una dinastia di orafi (i pezzi d'epoca ospitati nel Museo della Bulla appartenevano alla loro famiglia) che, a parlar dei loro allievi, quasi si commuovono. *"Ci vuole molta esperienza per insegnare un mestiere così legato alla manualità - spiega Salvatore, 48 anni: il suo primo contatto con il banco orafa risale a quando ne aveva 8 - ma con i ragazzi si crea sempre un rapporto speciale, che ci fa aggirare le difficoltà"*. E i segreti del mestiere? *"Li condivido tutti: voglio lasciare l'impronta di ciò che faccio"*. La "Bulla", però, oltre ad essere una scuola, è anche e soprattutto un incubatore di imprese: chi vince il bando comunale può restare nella struttura per 5 anni. La tempistica cambia per il Creative Lab, un laboratorio in cui i migliori allievi possono lavorare (con linee proprie) per un massimo di 18 mesi. Adesso, qui, lavora una coppia di giovani donne: Francesca, napoletana, ex studentessa di Ingegneria, e Annalisa, originaria di Reggio Calabria e, prima di sbarcare alla Bulla, ingegnere civile. Insieme progettano e producono gioielli ispirati alla Grecia. Il loro neonato marchio si chiama Tempio Aureo: orecchini, bracciali, pendenti, ogni oggetto è dedicato a un dio e alla leggenda che lo circonda. *"Speriamo di restare anche oltre il tempo previsto per il Lab, magari come azienda incubata"* dicono Francesca e Annalisa.

Alla Bulla la prima azienda per anzianità (è insediata dal 2012) è quella di Ilaria Mainini, che si occupa di design e progettazione. Laureata in

Architettura e Design della Moda alla Seconda università di Napoli, Ilaria si è specializzata a Roma, in prototipazione 3D e progettazione del gioiello. Attorno a lei, computer, prototipi e una stampante professionale per realizzare oggetti in resina che poi diventeranno preziosi. Le attrezzature le ha comprate con un prestito d'onore e oggi lavora a stretto contatto sia con altre aziende incubate sia con imprese esterne che le commissionano progetti. Tra le sue attività, anche quella di insegnante alla scuola orafa della Bulla, dove naturalmente si occupa di progettazione, disegno e storia del gioiello.

Les Folies Gioielli è invece l'azienda di Nicola Morra. Ventinove anni, una lunga gavetta in botteghe orafe del Borgo Orefici seguita al diploma d'Istituto d'arte. Con orgoglio racconta di aver trascorso molti anni a "girovagare" in aziende diverse, per osservare al lavoro maestri orafi differenti e apprendere, da ciascuno, una tecnica. I suoi gioielli hanno uno stile ben preciso: per lo più in argento, qualche collezione anche in bronzo, per una lavorazione martellata e brunita che conferisce ai suoi oggetti

un aspetto fuori dagli schemi. Pietre idrotermali, ma anche corallo e lapis fanno capolino nelle collezioni rinnovate ogni anno. L'ispirazione, di solito, gli viene alla sera: sul comodino un block notes consente a Nicola di prendere appunti, da realizzare l'indomani nel suo laboratorio. È un "nipote d'arte" invece Gino De Santis, che realizza gioielli artigianali. La passione è nata osservando suo zio, Silvio De Santis, che oggi lavora al laboratorio accanto con il marchio Stile D'oro. *"Con il gioiello è stato amore a prima vista - racconta Gino, che firma con nome e cognome le sue creazioni - e crescere in un ambiente dove potevo vederli nascere è stata la fortuna più grossa che ho avuto. Sognavo di avere un mio marchio: oggi realizzo prodotti in argento e bronzo con pietre naturali, mi piace chiamarli mini-sculpture da indossare"*. Le uniche fiere che, per ora, frequenta sono quelle oltreoceano, tra Las Vegas, New York e Miami. Lì, negli Stati Uniti, le sue collezioni sono molto apprezzate. *"È in Italia che il made in Italy non funziona, altrove ne vanno pazzi"*. Per il suo futuro sogna una grande azienda? *"Una gigantesca fabbrica non mi interessa - precisa -: mi piace quello*

che faccio così com'è, tutt'al più mi piacerebbe assumere altri appassionati come me".

Guarda i giovani artigiani con la tenerezza di chi ha una esperienza davvero lunga e complessa. Quasi un consigliere per molti degli orafi della Bulla, Silvio De Santis, l'orafa che nelle sue creazioni fa parlare la storia e la poesia: sua la colomba che stringe due mani e la stella di David regalata, all'indomani dell'assassinio di Rabin, in Israele, alla nipote dello statista. *"A Napoli abbiamo una fantasia che non c'è altrove - spiega - ma per i giovani è davvero tutto più difficile. Il mercato si è ridotto dell'80% e molti provvedimenti dei governi, come il limite all'uso dei contanti, non stimolano l'intraprendenza, la reprimono"*.



Tarì Design School

GIANNOTTI: "LA FORMAZIONE DI QUALITÀ È TRAMPOLINO DI LANCIO PER NUOVI CASI DI SUCCESSO"

di Chiara Di Martino

Tarì Design School, stanno per partire i nuovi corsi di Gemmologia. Due a maggio (18-22 e 25-29) e uno a giugno (8-12) i prossimi appuntamenti con il corso sulle pietre di colore realizzato in collaborazione con l'IGI Istituto Gemmologico Italiano, che consente l'acquisizione di una completa e dettagliata preparazione tecnica per le analisi qualitative. Alla fine del corso viene rilasciato dall'IGI il "Diploma di analisi gemmologica", che consente di accedere al programma di studi per il conseguimento del Diploma di Gemmologo.

"Si sta rafforzando sempre più la collaborazione con l'Istituto Gemmologico Italiano con nuovi accordi e iniziative" spiega Vincenzo Giannotti, presidente del Tads - e siamo felici di vedere che sempre più spesso sono gli orafi e i gioiellieri a volersi specializzare. Allo stesso tempo, au-



**"ATTUALMENTE
ABBIAMO 104 ALLIEVI,
UN NUMERO RECORD"**

Vincenzo Giannotti
presidente del Tads

mentano i 'figli d'arte', che scelgono una formazione di qualità per apportare ulteriore valore aggiunto alle aziende di famiglia".

Al Tads, oltre ai corsi di gemmologia, riscuotono un interesse significativo anche quelli in Orafo e Orologiaio: il numero degli iscritti è in crescita. *"Attualmente abbiamo complessivamente 104 allievi, un numero record - prosegue Giannotti -: questo vuol dire che i giovani credono nella formazione. Il nostro orgoglio sono i tanti studenti che, una volta conclusi i percorsi di studi al Tads, raccolgono grande soddisfazione sia nelle imprese di famiglia, sia nelle grandi aziende del settore, italiane e internazionali".*

Tanti sono i casi di successo emersi dalla Scuola di Marcianise, come quelli di Felice e Luca Lovaglio, rispettivamente orologiaio e orafa-gemmologo.

STORIE VINCENTI:

I fratelli Luca e Felice Lovaglio, dalla scuola al mondo del lavoro

LUCA LOVAGLIO
orafa/Gemmologo

Nato a Venosa nel 1980, appartiene a una famiglia storica di gioiellieri e antiquari. Al Tads ha frequentato il corso di Orafo gioielliere ed il corso di Gemmologia, a partire dal 2000.

Quale giudizio dà al suo percorso formativo?

Il corso di Orafo Gioielliere è durato tre anni: ho imparato la lavorazione artigianale dell'oro grazie al maestro Buccino. Nel centro orafa ho messo in pratica gli insegnamenti ricevuti e scoperto le più avanzate tecniche, anche nel design. Poi ho deciso di approfondire il mondo delle pietre preziose e semipreziose con il corso dell'IGI ospitato dal Tads. Ho fatto esperienza all'estero, osservando le gemme nei luoghi da cui provengono.

Perché il Tads?

Questa grande realtà dà una possibilità di confronto anche con dimensioni europee ed internazionali, elemento fondamentale che ha arricchito il mio bagaglio. Inoltre, la competenza tecnica mi ha dato quel successo che mi ha permesso di conquistare una clientela

più ampia e di alto calibro culturale.

Nel suo futuro cosa vede?

Continuare con l'aggiornamento soprattutto nell'ambito delle pietre, dato che le moderne tecnologie permettono la creazione di gemme sintetiche sempre più simili per caratteristiche fisiche e chimiche a quelle naturali. La mia più grande ambizione è quella di trasformare l'attività di famiglia in un luogo in cui il valore aggiunto consiste nell'essere stato acquistato proprio nella Gioielleria Manzi. C'è ovviamente l'idea di creare una linea di gioielleria in esclusiva per i nostri clienti.



Felice e Luca Lovaglio

FELICE LOVAGLIO
tecnico orologiaio

Nasce a Venosa 24 anni fa, è da sempre appassionato di orologi, passione tramandata dal nonno materno, fondatore dell'attività di famiglia, la Gioielleria Manzi. Scelta la strada, per formarsi la sua scelta è ricaduta sul Tads. Qui, nel 2012, inizia il corso di Tecnico orologiaio.

Il suo giudizio sull'esperienza formativa?

Ringrazio il direttore della scuola, Andrea Maria Romano, e sento una particolare gratitudine verso il maestro Mauro Atienza che mi ha trasmesso ancora di più la voglia e la passione per l'orologeria, proiettando i miei orizzonti verso nuove tecnologie pur mantenendo un metodo tradizionale, "old school"; grazie a lui ora riesco a ricostruire qualsiasi tipo di componente grazie all'uso del tornio. Confrontandomi con altri orologiai posso garantire che il Tads è un gradino superiore a molte scuole.

Qual è il valore aggiunto del Tads?

Senza dubbio l'apertura mentale. Al Tarì, inoltre, è presente uno dei maggiori fornitori italiani di ricambi per l'orologeria, la Belardini Del Giudice: anche grazie a loro sono diventato punto di riferimento in Basilicata per le riparazioni e assistenza ufficiale di marchi di Alta Orologeria. Credo anche che un altro valore aggiunto del Tads sia la convenzione con la ETA Manufacture Horlogere Suisse, dove ho frequentato le specializzazioni. La formazione al Tads ha arricchito anche la competenza verbale. Ed è anche grazie a questa acquisita abilità che sono il Watch Manager nell'attività di famiglia.

Consiglierebbe ad altri di frequentare il Tads?

Sicuramente. Aggiungerei però che frequentare questa scuola non deve essere un ripiego per ragazzi a cui non piace studiare o una semplice esperienza, perché per fare questi lavori artigianali ci vuole dedizione ed impegno.



Le Amiche

GIOIELLI

EXCLUSIVE
Collection

E' un marchio e un prodotto di OPERA COLLECTION S.R.L. info@leamichegioielli.com - www.leamichegioielli.com

Fieramilano

HOMI E CHIBI, LE NUOVE STRATEGIE: NE PARLIAMO CON CRISTIAN PREIATA, DIRETTORE DELLA BUSINESS UNIT LIFESTYLE DI FIERAMILANO

di Chiara Di Martino

Gioielli e bijoux, negli ultimi anni, hanno iniziato un percorso parallelo in continuo sviluppo. Oggetti preziosi, certo, ma anche proposte alternative soprattutto nei materiali e nei costi. Di questa nuova tendenza, dal punto di vista degli eventi di settore, Homi è una delle vetrine più efficaci. Due le manifestazioni che Fieramilano ha sviluppato per coprire il segmento dell'accessorio: Homi, l'evoluzione di Macef, e Chibi. A spiegare come si intersecano le due offerte è Cristian Preiata, direttore della Business Unit Lifestyle di Fieramilano.

Direttore, il calendario di eventi di Fieramilano è studiato sulla base di quale tipo di strategia? A quale esigenza risponde ciascun evento?

Homi, l'ammiraglia del gruppo, da due anni raccoglie intorno a sé il mondo della casa e della persona, con un imponente spazio dedicato alla bigiotteria. A settembre, dal 12 al 15, ci sarà la sua quarta edizione, la seconda del 2015. Un'evoluzione dello storico Macef studiata per rispondere a nuove esigenze di mercato e nuove tendenze, produttive e distributive. Tra i suoi dieci satelliti, cioè i 10 segmenti dell'offerta espositiva diffusa su 150mila metri quadrati, c'è il Fashion&Jewels, che copre ormai un terzo del totale in termini di aziende. E poi c'è Chibimart, con strategia di posizionamento, prodotto e dimensioni più orientati al bijoux e all'accessorio moda. Una cadenza temporale differente, a maggio e novembre, per anticipare i due momenti cruciali del calendario, l'estate e la fine dell'anno. Più piccola e compatta – con spazi espositivi per 6500 metri quadrati – si rivolge al retailer per consentirgli un riassortimento immediato, basandosi sulla formula del cash&carry.

Per Milano è l'anno dell'Expo. Fieramilano sarà protagonista dell'esposizione universale? L'Expo è un'opportunità straordinaria per Milano e per le aziende italiane. Sia l'edizione di Chibimart a maggio (dal 22 al 24), sia quella di Homi a settembre,

NELL'ANNO DELL'EXPO FIERAMILANO NON POTEVA NON SENTIRSI COINVOLTA. L'EXPO GATE ACCOGLIERA IL LIFESTYLE DELLE AZIENDE DI HOMI

ricadono nel periodo del super-evento: Fieramilano non poteva non sentirsi coinvolta e perciò Chibi sarà aperta un giorno intero (il sabato) al pubblico e legata a Si Sposa Italia, il nostro evento wedding, per unire moda e bigiotteria per il giorno delle nozze. Per quanto riguarda Homi, invece, ci sarà un fil rouge ancora più stretto, essendo tra l'altro il quartiere fieristico di Rho collegato con una passerella al quartiere Expo. Expo Gate, il palco dal quale l'identità di Milano verrà raccontata interpretando il tema dell'expo, il cibo e la nutrizione, accoglierà il lifestyle delle aziende di Homi. E in più, sarà attiva Expo Business Matching, piattaforma web di incontri d'affari, creata appositamente per incoraggiare e facilitare l'internazionalizzazione delle imprese durante i sei mesi di Expo.

Progetti per il futuro?

Tendiamo a un duplice obiettivo: da un lato, rendere le manifestazioni di Fieramilano una piattaforma integrata e internazionale, come testimonia l'impegno profuso verso iniziative come Homi Russia, che a ottobre avrà la sua seconda edizione e con cui vogliamo unire la vendita su mercati importanti e la vetrina di una parte di ciò che quei buyer troveranno a Milano nelle nostre rassegne. Dall'altro, consolidare il taglio bijoux-oriented delle nostre manifestazioni per portarle, dietro una articolata organizzazione che necessita di tempo, anche all'estero. In questo lavoro, però, chiediamo anche il sostegno delle aziende, che devono tornare a credere che la fiera sia veicolo privilegiato di comunicazione e business. Noi abbiamo il ruolo di agevolatori e lavoreremo sempre meglio se le imprese faranno un passo in più.



milano**bijoux**love.it

milano[®] BIJOUX *love*



Milano Bijoux



Fiere



OROAREZZO

L'evento toscano aspira ad essere fiera di riferimento del periodo

9/12 MAGGIO 2015

Il gioiello ricomincia da OroArezzo: dal 9 al 12 maggio nuova collocazione temporale per l'edizione numero 36 della fiera organizzata da Arezzo Fiere e Congressi. Abbandona le consuete date per spostarsi a maggio, in seguito all'accordo siglato con Fiera di Vicenza. Una Fiera rinnovata negli allestimenti e ancora più attrattiva anche grazie al sostegno del Ministero dello Sviluppo Economico che l'ha inserita tra le trenta fiere internazionali ritenute strategiche per la valorizzazione e la promozione del Made in Italy. Tra i punti di forza, il format "Meeting club": aderendo a questa formula la rassegna predisporrà incontri one-to-one direttamente negli stand delle aziende durante la fiera. Torna il concorso di oreficeria *Première 2016*, curato da Beppe Angiolini, Art Director di OroArezzo e presidente della Camera Nazionale Buyer della Moda, quest'anno dedicato ai temi della natura e del paesaggio. Tra le novità, invece, il padiglione Contemporary: in mostra circa sessanta prestigiosi marchi di oreficeria e argenteria in un



*Jewelry starts from OroArezzo: from May 9-12, new timing for the 36th edition of the fair organized by Arezzo Fairs and Conferences, which is moving to May following an agreement signed with Vicenza Fairs. New set up and more attractions thanks to support from the Ministry of Economic Development who included the event among the 30 international fairs strategically important for promoting Made in Italy. Strongpoints include the 'Meeting club' format: one-to-one encounters directly at stands for companies attending the fair. The *Première 2016* award is back, dedicated to themes on nature and landscape and edited by Art Director of OroArezzo Beppe Angiolini, who is also*

ACCANTO ALLE CREAZIONI ORAFO-GIOIELLIERE MADE IN ITALY, IN FIERA AD AREZZO SBARCA IL NUOVISSIMO OROAREZZO TECH, PALCOSCENICO INTERNAZIONALE DEDICATO ALL'INNOVAZIONE TECNOLOGICA

allestimento interpretato sempre da Beppe Angiolini. Accanto alle creazioni orafa-gioielliere Made in Italy, in Fiera ad Arezzo sbarca il nuovissimo OroArezzo Tech, palcoscenico internazionale dedicato all'innovazione tecnologica e alle aziende produttrici dei macchinari per la lavorazione dell'oro e dell'argento, selezionate da Arezzo Fiere e Congressi in collaborazione con l'Associazione Fabbrikanti Esportatori Macchine per Oreficeria.

president of the National Fashion Buyers Bureau. Alongside goldsmith-jewelry creations Made in Italy, the Arezzo Fair also features the new OroArezzo Tech: an international stage dedicated to technological innovation and producers of jewelry and gold and silver machinery who have been carefully selected by Arezzo Fairs and Conferences in collaboration with the Association of Gold and Jewelry Machinery Exporters.



TARÌ MONDO PREZIOSO

La rassegna dedicata al gioiello contemporaneo

8/11 MAGGIO 2015

Dall'8 all'11 maggio appuntamento con Tarì Mondo Prezioso, la rassegna dedicata al gioiello contemporaneo. Alle 400 aziende stabilmente presenti al Tarì si aggiungono circa 50 espositori esterni: in collaborazione con il Ministero dello Sviluppo Economico e ICE atteso un incoming di 100 buyers provenienti da tutto il mondo.

May 8-11 is the appointment at Tarì Precious World, an event dedicated to contemporary jewelry. Adding to the 400 businesses already patrons at Tarì are 50 outside exhibitors: the Ministry of Economic Development and the Italian Trade Commission ICE expect 100 incoming buyers from around the world.

SICILIAORO PALERMO

Alla Fiera del Mediterraneo l'evento organizzato da Tour del Gioiello

16/18 MAGGIO 2015

Dopo l'edizione di aprile a Catania, SiciliaOro si sposta nell'altra metà dell'isola, dal 16 al 18 maggio. A Palermo, alla Fiera del Mediterraneo, la rassegna organizzata da Tour del Gioiello ospita i migliori nomi della gioielleria italiana rivolgendosi ai dettaglianti dell'area occidentale della Sicilia per il riassortimento dei magazzini in vista della stagione estiva.

Following the April edition in Catania, SiciliaOro moves to the other side of the island from May 16-18 to Palermo for the Mediterranean Fair, an event organized by the Jewelry Tour which hosts the best names in Italian jewelry inviting retailers from the western side of the island to stock up before the summer season begins.



JCK LAS VEGAS

Al Mandalay Bay Resort & Casino un'ampia esposizione di preziosi

29 MAGGIO / 1 GIUGNO

Dal 29 maggio al primo giugno JCK Las Vegas, al Mandalay Bay Resort & Casino, è la Fiera del settore della gioielleria negli Stati Uniti. Alla fiera JCK i visitatori troveranno la più ampia esposizione su oro, argento, diamanti, pietre preziose, perle, platino, antiquariato e regali di lusso. Una shopping experience divisa per categorie, con nuovi spazi per il business e lo svago. La tavola rotonda introduttiva "JCK Talks", incentrata sul dettaglio, in calendario il 28 maggio.

May 29th to June 1st is JCK Las Vegas at the Mandalay Bay Resort & Casino, the jewelry industry event in the United States. JCK visitors will find a wide selection of gold, silver, diamonds, gemstones, pearls, platinum, antiques, and luxury gift items on display. A shopping experience subdivided into categories with new spaces for leisure businesses. 'JCK Talks', an introductory round table will focus on retail and is scheduled for May 28th.





gleegers

GIOIELLERIA IN ARGENTO

PER INFORMAZIONI +39 0815517095

SI CERCANO AGENTI PER ZONE LIBERE



Tendance

FRANKFURT

ALL'INSEGNA DEL MOTTO "FRESH NEW IDEAS" SI AVVICINA L'EDIZIONE 2015

OLTRE 1.200
ESPOSITORI
INTERNAZIONALI VI
ASPETTANO CON
IDEE REGALO
ALL'AVANGUARDIA,
DESIGN
D'ECCELLENZA E
INNOVATIVI
ASSORTIMENTI



Per maggiori informazioni: tendance.messefrankfurt.com

All'insegna del motto "Fresh new ideas" si avvicina una nuova edizione di Tendance. Il principale appuntamento per il settore dei beni di consumo del secondo semestre dell'anno si apre a Francoforte dal 29 agosto al 1 settembre 2015.

Qui oltre 1.200 espositori internazionali vi aspettano con idee regalo all'avanguardia, design d'eccellenza e innovativi assortimenti. A Tendance, buyers e professionisti hanno la possibilità di trovare tutto quello che stanno cercando, dai prodotti più classici a quelli più creativi e innovativi. Gioielli preziosi, articoli di bigiotteria, gemme e pietre preziose, componentistica e accessori moda sono solo una piccola parte dell'ampia gamma di prodotti presenti a Tendance.

I leader del settore scelgono questo appuntamento per presentare i nuovi trend per la stagione autunno/inverno e il Natale dell'anno corrente, così come un'anteprima delle collezioni per la primavera/estate 2015, consentendo ai visitatori di prepararsi al meglio in vista delle vendite della stagione.

Un punto di incontro imperdibile per tutti gli addetti del settore che sarà accompagnato anche un ampio palinsesto di eventi. Insieme a Tendance sarà possibile visitare anche Ecostyle, la fiera dedicata ai beni di consumo sostenibili. Non perdetevi infine Webchance Academy, il programma di conferenze su come organizzare la propria promozione e come vendere i propri prodotti online. Debutterà nel 2015 anche Eat & Lifestyle, un evento tutto dedicato a food e lifestyle.

TENDENCE 2015. FRESH NEW IDEAS.

"Fresh new ideas" is the motto as the new edition of Tendance closes in. The main appointment for consumer goods during the second semester of the year opens in Frankfurt from August 29th to September 1st 2015.

Over 1,200 international exhibitors with avant-garde gift ideas, design excellence, and innovative assortments. At Tendance, buyers and professionals find everything they need from the classic products to more creative and innovative pieces. Fine jewelry, costume jewelry, gems and precious stones, components and fashion accessories are just a small sample of the wide range of products available at the show. Leaders in the industry choose this event to showcase new trends for autumn/winter and Christmas seasons, just like the spring/summer 2015 preview collections presented to give visitors an idea of upcoming sales for the season.

A meeting point not to be missed for industry operators who are offered a full schedule of events. Alongside Tendance is Ecostyle, the fair dedicated to sustainable consumer goods. Another must is Webchance Academy offering a series of conferences on how to better promote business and sales online. Debating in 2015 is Eat & Lifestyle, an event dedicated to food and lifestyle.





Scopri come nasce una Bambolina
Gisel, frutto dell'artigianato Italiano.
Guarda il video sul nostro sito
www.artecora.com

PRODOTTO IN ITALIA

Gisel
l'originale

Hong Kong Jewellery & Gem Fair

UBM ASIA PRONTA PER L'ESTATE 2015



LA POLITICA DI LIBERO SCAMBIO ATTIVA A HONG KONG CONTRIBUISCE A RENDERE LA RASSEGNA UN MOMENTO FAVOREVOLE PER LE IMPRESE, GRAZIE ALL'ASSENZA DI DAZI O RESTRIZIONI SU PRODOTTI DI GIOIELLERIA PREZIOSI O MATERIE PRIME

Ventotto anni da festeggiare a giugno: la Hong Kong Jewellery & Gem Fair, organizzata da UBM Asia, è pronta a celebrare l'avvicinarsi del trentennale con il consueto appuntamento all'Hong Kong Convention & Exhibition Centre, dal 19 al 22 giugno. La gioielleria internazionale si appresta a fare affari in una delle location asiatiche più ambite: una collocazione temporale ideale per rifornire i magazzini prima dell'estate e al contempo un'occasione per intercettare le tendenze del futuro. La politica di libero scambio attiva a Hong Kong contribuisce a rendere la rassegna un momento favorevole per le imprese, grazie all'assenza di dazi o restrizioni su prodotti di gioielleria preziosi o materie prime. La settorializzazione è uno dei valori aggiunti della fiera: 16 i padiglioni specializzati in base al segmento produttivo, tra gioielli in acciaio, fashion jewellery e Designer Arena. A questi si aggiungono i padiglioni "Fine Design" e "Fine Gem" nella Grand Hall del centro: oltre 80 espositori di fama mondiale presenteranno in un allestimento unico inestimabili pezzi unici di gioielleria, diamanti, pietre preziose e perle. Spazio alla produzione di Hong Kong nello spazio dedicato con oltre 30 aziende locali d'avanguardia. La rassegna è seguita di pochi giorni dalla Mineral & Gem Fair, all'Asia World Expo, dal 27 al 30 giugno: due diversi segmenti di mercato con un solo viaggio.

HONG KONG JEWELLERY & GEM FAIR UBM ASIA IS READY WITH THE 2015 EDITION

Twenty-eight years in June: the Hong Kong Jewellery & Gem Fair organized by UBM Asia is ready to celebrate its closing in on thirty years at the customary Hong Kong Convention & Exhibition Centre appointment this year from June 19-22. The international jewelry community is ready to do business at one of the most popular Asian locations: perfect timing to stock up before summer as well as intercept future trends. The free trade policy in Hong Kong contributes to making this event a favorable moment for businesses thanks where no duty or restrictions on jewelry or materials are applied. As an added edge, the fair is divided into areas: 16 pavilions based on specialty production segments such as steel jewelry, fashion jewelry, and the Designer Arena. Alongside these pavilions are ones dedicated to 'Fine Design' and 'Fine Gem' in the center Grand Hall: over 80 world-famous exhibitors will showcase invaluable one-of-a-kind pieces of jewelry, diamonds, gems, and pearls. Over 30 local companies are welcomed in spaces dedicated to Hong Kong production. Shortly following the fair is the Mineral & Gem Fair at the Asia World Expo from June 27-30: two diverse market industries in one single trip.



LE[®] BRICIOLE



Scegli quella piu' adatta a Te
per ogni Giorno della settimana!

...e tu... quale Briciola sei?

PALM BEACH •
SANTO DOMINGO •
MILANO •
PARIGI •
MOSCA •
LONDRA •
VENEZIA •



Bijorhca

MOOD BIANCO E ORO PER LA PROSSIMA EDIZIONE DEL SALONE DI PARIGI
IN CALENDARIO DAL 4 AL 7 SETTEMBRE

E dal 4 al 7 settembre il prossimo appuntamento con Bijorhca Paris, nella consueta location di Porte de Versailles. Gioielli, bijoux, orologi e macchinari tornano ancora una volta confermando la classica collocazione temporale della fiera francese per la seconda edizione del 2015, quella a ridosso delle vacanze estive. Come ogni anno, gli organizzatori individuano i trend del prossimo futuro e li trasferiscono nell'immagine di presentazione dell'evento: per settembre, il mood è bianco e oro. Estensione dell'edizione di gennaio, l'attenzione di Bijorhca è sempre sul prodotto e sulla sua capacità di conservazione della memo-

ria: ecco il perché del richiamo al mondo fossile. Il concept espositivo della fiera sarà sempre improntato alla chiara distinzione tra le categorie merceologiche: quattro gli universi di riferimento. Al primo piano, Fine Jewellery e orologi all'ingresso, mentre nella parte più interna saranno esposti bijoux, accessori fashion e proposte dei designer. L'area Cream by Bijorhca presenterà una gamma sempre più selezionata di prodotti accoglierà i visitatori nello spazio espositivo dedicato. Al piano terra gli "Elements", materie prime, servizi e macchinari per la gioielleria. Bijorhca Paris, l'unica fiera francese dedicata ai gioielli e agli orologi in Francia.

ospiterà più di 500 espositori, di cui il 50% internazionali, provenienti da oltre 30 paesi (Belgio, Italia, Stati Uniti, Regno Unito, Turchia, Svizzera, Portogallo, Russia, Cina) e circa 15.000 professionisti, di cui il 35% da oltre 80 paesi. Tra i padiglioni tematici, quelli dell'Italia, del Brasile, del Sudafrica, dell'Afghanistan e delle Mauritius.

The next appointment in Bijorhca Paris is from September 4 - 7 in the usual place, Porte de Versailles. Jewelry, bijoux, watches and machinery are back to confirm the classic temporal collocation of the French exhibition in its second edition in 2015, just before summer vacation. Like every year organizers identify trends for the future and they transfer them to the event theme: for September the mood is white and gold. An extension of the January edition, Bijorhca focuses on products and the preservation of the past: this is where the fossil world comes in. The exhibitory concept of the fair aims at clear distinction between product categories: four different universes. On the first floor, Fine Jewellery and watches in the front while in the back bijoux, fashion accessories and designer proposals. The Cream by Bijorhca area presents a select assortment of products in their exposition space. The ground floor is for the 'Elements', raw materials, services and machinery for the jewelry sector. Bijorhca Paris, the only French fair dedicated to jewelry and watches in France, will accommodate over 500 exhibitors 50% of which international and coming from over 30 countries (Belgium, Italy, USA, UK, Turkey, Switzerland, Portugal, Russia, China) and about 15,000 professionals, of which 33% come from 80 different countries. Theme pavilions include Italy, Brazil, South Africa, Afghanistan, and Mauritius.



BIJORHCA

PARIS

THE INTERNATIONAL FINE, FASHION JEWELLERY & WATCHES SHOW



From Friday 4 to Monday 7 September 2015

Paris Porte de Versailles® | Pavilion 5 | www.bijorhca.com

Thanks to: Viveka Bergström, Clara Jasmine and Salvatore Plato

 Reed Expositions

Reed Expo

THAILAND THE WORLD'S GEMS & JEWELRY FREE TRADE HUB



BANGKOK GEMS
JEWELRY & WATCH FAIR

SEPTEMBER 10-14, 2015
AT IMPACT CHALLENGER
www.bangkokgemsfair.com



Jointly Organized by





FACEBOOK.COM/VICENZAORO

TWITTER.COM/XVICENZAORO

VICENZAORO September

Fall Winter Season

INTERNATIONAL JEWELLERY SHOW

VICENZAORO.COM



The
**WORLD'S
NUMBER ONE**
Fine Jewellery Event

SEPTEMBER

Hong Kong Jewellery & Gem Fair

16 - 20 September 2015

AsiaWorld-Expo • Hong Kong

Diamonds, Gemstones, Pearls, Equipment and Packaging

18 - 22 September 2015

Hong Kong Convention & Exhibition Centre

Fine Finished Jewellery

UBM Asia Ltd

Tel: (852) 2585 6179 / 2516 1677

Fax: (852) 3749 7319

Email: salesjgf-hk@ubm.com

www.JewelleryNetAsia.com



UBM



**MAY 9.12
2015**

36th Edition

www.oroarezzo.it

Arezzo Fiere e Congressi - Italy

OROAREZZO

INTERNATIONAL JEWELRY EXHIBITION



VISIT US!

PALAKISS®
VICENZA - ITALY

SILVER
GOLD
FASHION
JEWELLERY
BIJOUX
NEW TREND DESIGNERS
SILVER • GOLD • BIJOUX
COLORED STONES
JEWELLERY
FASHION
&

2015

NEXT TRADE AND DELIVERY SHOW SPRING 15-18 MAY

SUMMER

5 - 9 SEPTEMBER

FALL

7 - 9 NOVEMBER

GOLD - SILVER - COSTUME JEWELLERY - GEMSTONES

Via dell'Oreficeria, 37
36100 Vicenza - Italy
Tel. +39.0444.341847
Fax +39.0444.341848
www.palakisstore.com
info@palakisstore.com
www.vicenzajewellery.com
www.virtual-fair.net
 palakiss.vicenza

PALAKISS INTERNATIONAL BUSINESS CENTER
5000 SQUARE METERS
5 HALLS - 18000 BUYERS EVERY YEAR
VIRTUAL FAIR WITH 15000 CONTACTS A MONTH
PROMOTIONAL MAILS - EVENTS
OVER 20 INTERNATIONAL PARTNERSHIPS



tendence

29. 8 – 1. 9. 2015

Venite a scoprire le novità internazionali per l'interior design e gli articoli da regalo alla più importante fiera del settore del secondo semestre dell'anno. **fresh.new.ideas.**

visitatori@italy.messefrankfurt.com Tel. +39 02-880 77 81

Consultate subito il sito:
talk-about-tendence.com



messe frankfurt



MARLÙ

GIOIELLI

nient'altro che passione





RITRATTO PER UN CAMEO



cameoitaliano.it

info +39 0823 835200 / Arezzo Pad. Petrarca, stand 806